

# СЦЕНАРИЙ СТАНЦИОННОЙ ИГРЫ

«Воздействие рекламы на потребителя»

## 1.1. Цель и задачи мероприятия

**Цель мероприятия** – познакомить участников с основными приемами, используемыми в рекламе, чтобы развить критическое восприятие рекламы товаров и услуг.

### Образовательные результаты:

- Узнавать рекламные приемы в повседневной жизни.
- Понимать, что реклама формирует ложные потребности и провоцирует на лишние покупки.
- Осознавать, что скидки и рекламные акции – приемы, которые могут спровоцировать лишние траты.
- Осознавать, что не существует бесплатных товаров или услуг – их стоимость всегда включена в цену товара.
- Осознавать свои потребности и уметь отказываться от ненужных предложений товаров и услуг.
- Уметь распознавать скрытую рекламу и понимать ее механизмы воздействия на потребителя.

## 1.2. Краткая характеристика мероприятия

Таблица 1. Основные параметры мероприятия

№	Параметр мероприятия	Характеристика
1	Тема	Воздействие рекламы на потребителей
2	Формат	Станционная игра
3	Количество участников	15 – 32 участника (школьники делятся на равные по количеству участников 4 команды: по 3-4 или 5-8 человек, в зависимости от общего количества школьников)
4	Возраст участников	7-8 класс (12-14 лет)
5	Количество ведущих	4 ведущих
6	Общая продолжительность	1 час 30 минут

Станционная игра, в которой участники знакомятся с приемами, используемыми в рекламе, и видами рекламы. Школьники делятся на 4 команды по 3-4 человека (если участвует до 16 школьников) или 5-8 человек (если участвует до 32 школьников) и проходят 4 станции: на каждой станции модератор выдает им отдельные задания, которые помогут развить критическое отношение к рекламным приемам.

## 1.3. План мероприятия для 17 и более школьников

Таблица 2. Основные этапы мероприятия (17 и более участников)

№	Этап	Формат и краткое описание	Время
---	------	---------------------------	-------

1	Разделение на команды, вводный инструктаж	Ведущий приветствует участников, анонсирует тему и формат игры, делит участников на команды и проводит инструктаж по правилам игры	6 минут
2	Выполнение заданий на станциях	4 команды параллельно проходят 4 станции, на прохождение 1 станции отводится 16 минут	64 минуты
3	Рефлексия	Подведение итогов игры, обсуждение и впечатления	20 минут
Итого			90 минут

#### 1.4. Технические требования к месту проведения

Станционная игра должна проводиться в просторном помещении или на улице, где можно разместить следующие локации:

Таблица 3. Технические требования к месту проведения

№	Место	Мебель и стационарное оборудование
1	Станция «Магазин техники»	Доска/стенд, на котором будут прикреплены распечатки с предлагаемыми товарами (либо их можно разместить на стене); 1 парта для команды
2	Станция «Онлайн заказ»	Для ведущего: стол и стул Для команд: составленные вместе 2 парты и стулья по количеству участников (или место, где участники смогут присесть и выполнить задание)
3	Станция «Стань блогером»	Нет
4	Станция «Угадай рекламу»	Доска/стенд, на котором будет прикреплена таблица (либо ее можно разместить на стене); Стол для ведущего

#### 1.5. Описание игры и реквизит

В начале игры каждой команде выдается маршрутный лист, в котором указан порядок прохождения станций. В этом листе ведущие отмечают факт прохождения станций и записывают заработанные баллы, а участники вносят свои наблюдения и записывают тезисы для финального обсуждения (для любого количества участников).

Прослушав инструкцию и вводную информацию, команды отправляются в путешествие по 4 станциям, где выполняют задания и зарабатывают баллы. Команды проходят станции параллельно (т.е. в каждый момент игры одна из команд находится на станции), на выполнение заданий на станции отводится 10 либо 16 минут. Если игроки закончили проходить станцию раньше, они могут потратить оставшееся время на более подробное заполнение путевого листа.

После выступлений школьники и ведущие обсуждают полученные знания и подводят итог игре.

Таблица 4. Реквизит для проведения игры, общий

Что?	Количество участников игры	Приложение	Количество
Маршрутный лист	16 и менее	Приложение 5.1	4шт (по 1шт на команду)
	17 и более	Приложение 5.2	4шт (по 1шт на команду)
<b>Финальное выступление (для 17 и более участников)</b>			
Бумага			12 шт.
Ручки			12 шт.
Фломастеры			4 набора
Цветной мел/маркеры			4 набора

Таблица 5. Реквизит на станциях

Что?	Количество предметов	Приложение
<b>Станция «Магазин техники»</b>		
Карточка задания	1 шт.	Приложение 1
3 торговых предложения	1 шт.	
Чистая бумага	5 шт.	
Ручки	5 шт.	
<b>Станция «Онлайн заказ»</b>		
Карточка задания №1	1 шт.	Приложение 2.1
Список покупок	4 шт. (по 1 на команду)	
Таблица «Ассортимент нужных продуктов в интернет-магазине» для школьников	1шт.	
Таблица «Ассортимент нужных продуктов в интернет-магазине» для ведущего (со столбиком «акции»)	1шт.	
Акции интернет-магазина	1шт.	
Карточка задания №2 для команды	1шт.	Приложение 2.1
Список покупок	4шт. (по 1 на команду)	
Ассортимент пиццерии «СкороПицца» с акциями	1шт.	
Ассортимент пиццерии «УжеЕду» с акциями	1шт.	
Ассортимент пиццерии «Пиццайло» с акциями	1шт	
Таблица «Ассортимент пиццерий» для ведущего	1шт	
Чистая бумага	5 шт	
Ручки	5 шт	
<b>Станция «Стань блогером»</b>		

Карточки с заданиями №0-8 (Необходимо разрезать)	9шт (по 1шт. каждого вида)	Приложение 3
Таблица для ведущего с кратким содержанием карточек и системой штрафов	1 шт.	
Станция «Угадай рекламу»		
Таблица со стоимостью вопросов	1шт	Приложение 4
Карточки вопросов	9шт (по 1шт каждого вида)	
Таблица «Ответы для ведущего»	1шт	

## 2. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ

### 2.1 Вступление (5 или 6 минут)

Ведущий объявляет о начале мероприятия, приветствует участников, анонсирует тему и формат игры, делит участников на команды, раздает маршрутные листы и проводит инструктаж по правилам. (Первым указано количество минут для 16 и менее участников игры, вторым – для 17 и более.)

Далее приведены примеры беседы ведущего с участниками игры – прямая речь обозначена обычным шрифтом. Речь ведущего может отличаться от приведенного примера, главное – передать участникам заложенную информацию. Действия Ведущего и участников *выделены курсивом*. Выделенные **жирным шрифтом** фразы желательно включить в речь ведущего.

Добрый день! Сегодня нас ждет увлекательное путешествие по миру рекламы. Мы редко об этом задумываемся, но реклама окружает нас повсюду: в магазинах, журналах, мобильных приложениях, по телевизору, в социальных сетях и блогах. С помощью определенных приемов реклама воздействует на наше сознание и подталкивает к приобретению товаров или услуг, которые порой нам на самом деле не нужны.

Задания, которые вас ожидают, помогут научиться не только находить и определять рекламные приемы, но и противостоять им. Эта игра поможет развить критическое мышление и более ответственное отношение к своим потребностям и рекламным предложениям.

Сейчас вам нужно разбиться на 4 равные по количеству участников команды.

*(Школьники делятся на команды, и ведущий раздает каждой команде по 1 маршрутному листу Приложение 5.1 или 5.2.)*

Вам предстоит пройти 4 станции, на которых вы будете знакомиться с разными видами рекламы и используемыми в ней приемами и уловками. На каждой станции за выполнение заданий вы будете получать баллы, а также должны делать пометки в своем маршрутном листе о том, с какими приемами вы столкнулись.

На прохождение каждой станции у вас есть 16 минут. После их прохождения мы определим победителя по количеству набранных баллов, а также вместе обсудим основные способы воздействия рекламы и то, как им противостоять.

Если ни у кого нет вопросов, мы можем начинать!

### 2.1. Станция «Магазин техники» (16 минут)

#### 2.1.1. Необходимый реквизит (Приложение 1)

- Задание для команды – 1 шт (выдается каждой пришедшей команде, а затем забирается).
- 3 торговых предложения (каждое предложение печатается на отдельном листе)
- пара листов чистой бумаги, ручки, которыми при необходимости могут воспользоваться школьники

### 2.1.2. Инструкция для модератора

Модератор на станции «Магазин техники» играет роль продавца-консультанта в магазине техники. Когда команда пришла на станцию, модератор должен выдать им листок с заданием (приложение N1), в котором указана цель команды: купить телефон с определенными характеристиками.

Задача модератора прорекламировать участникам 3 модели смартфонов, и при этом убедить купить самую дорогую модель - Джокер 8. Наиболее подходящая под их характеристики - модель Флай. Также есть неподходящая модель за 9 тысяч - Алкон.

Описание характеристик смартфонов оформлено в виде раздаточного материала, который модератор может показать участникам или разместить на станции в зоне видимости игроков.

Игроки могут задавать вопросы. Между модератором и школьниками разыгрывается диалог, в ходе которого команды должны определиться со своими потребностями и выбрать нужную модель.

В зависимости от финального выбора и его обоснованности команда получает баллы. Затем ведущий проводит краткое обсуждение игры и может добавить баллы за верные ответы.

### 2.1.3. Проведение станции ( 11 минут)

*Речь модератора:* Вы пришли в магазин техники, где хотите купить новый смартфон. Подробности и необходимая информация указана в вашей карточке задания. Я – ваш продавец-консультант. У вас есть 1 минута, чтобы ознакомиться с карточкой задания.

*(Далее команды могут задать модератору вопросы, а ему необходимо постараться убедить их купить самый дорогой телефон.*

*Ниже приведены фразы, которые могут помочь ведущему построить диалог)*

Добрый день! Могу я вам чем-то помочь? Вы что-то конкретное ищете?

Выделенные **жирным шрифтом** фразы желательно включить в речь ведущего.

**Фразы для рекламы модели Джокер 8 (самая дорогая):**

Я могу вам предложить новую модель, она буквально месяц назад поступила в продажу!

Кстати, на нее **действует специальная скидка!**

**Акция продлится только до конца этой недели!**

По всем характеристикам она превосходит остальные смартфоны в этой ценовой категории (до 20 тысяч рублей).

Даже если сейчас вам не нужны 2 сим-карты, поверьте, это пригодится вам в будущем!

Сравните характеристики камер, 8 и 10 МР уже никто не использует, а с этим смартфоном ваши фотографии будут такими будто вы – профессиональный фотограф!

**Про наиболее бюджетную модель Алкон и подходящую по параметрам модель Флай:**

У этой модели даже нет защиты с помощью отпечатка пальца, вы действительно хотите рисковать?

Разрешение основной камеры ниже, чем у большинства других смартфонов на фронтальной камере.

Я вас не отговариваю, но это смартфон прошлого поколения, сейчас их все меняют на новые!

Этот смартфон часто покупают в качестве запасного, как основной он уже редко используется.

Давайте лучше посмотрим более современные модели!

Вы можете доплатить буквально пару тысяч и купить современное устройство!

#### 2.1.4. Расшифровка характеристик смартфонов

Указанная здесь информация поможет ответить на вопросы участников игры, также ее можно использовать для убеждения в выборе той или иной модели.

**Стандарты сотовой связи** – сейчас стандарт – это 4G. Он одинаковый у всех представленных моделей. К четвертому поколению (4G) принято относить технологии, позволяющие осуществлять передачу данных с высокой скоростью (быстрая загрузка сайтов и видео в интернете).

**Время работы в режиме ожидания:** режим ожидания - это режим, когда телефон или смартфон включен, но при этом вы его не используете(его экран выключен). В этом режиме достигается наибольшая экономия энергии. Чем выше эта характеристика, тем дольше смартфон не требует зарядки, а значит, тем он привлекательнее для покупателя.

**Основная камера** находится на задней панели устройства, ее характеристики обычно выше, чем у фронтальной (качество изображений лучше).

**Фронтальная камера** – камера на лицевой части смартфона, используется для селфи.

**Разрешение цифровой фотокамеры** - это максимальный размер изображения в пикселях, которое можно получить при помощи этой цифровой фотокамеры. Чем выше разрешение – тем лучше качество снимка при увеличении (если не учитывать другие характеристики камеры). Для фронтальной камеры нормальным разрешением сегодня считается 8MP и выше. Для основной камеры стандартное разрешение – 12, 8 MP обычно встречается в устаревших моделях, хотя оно все еще подходит для любительских фото среднего качества.

**Встроенная память:** Встроенная память, по сути, представляет собой флеш-хранилище, где хранятся все физические данные, включая программы на телефоне, фотографии, музыка, заметки и т.д. Чем она больше – тем больше данных можно хранить в смартфоне.

**Сканер отпечатка пальцев:** идентификация по отпечатку пальца — один из самых надежных способов для подтверждения личности человека. По точности такой метод уступает лишь сканированию сетчатки глаза и анализу ДНК. У любого сканера отпечатков пальцев есть две функции: получить изображение отпечатка и проверить его узор на совпадение с другими узорами в базе данных.

#### 2.1.5. Критерии принятия правильного решения и расчет баллов (максимум 8 баллов)

*Когда игроки выбрали, какую модель покупают, ведущий спрашивает у них, чем обоснован их выбор. Сначала баллы начисляются за выбор модели, затем – за аргументацию.*

### **Баллы за выбор модели телефона (1-3 балла):**

*\* В скобках обозначено пояснение для ведущего, почему за выбор конкретной модели начисляется именно такое количество баллов.*

**Джокер 8** – 1 балл (модель слишком сильно превышает бюджет и обладает избыточными характеристиками).

**Алкон** – 2 балла (модель в рамках бюджета, но не обладает всеми необходимыми характеристиками, также игроки забыли, что могут немного превысить бюджет, если обоснуют более дорогой выбор).

**Флай** – 3 балла (самая подходящая по характеристикам модель, а небольшой выход за рамки бюджета допустим по условиям задания).

### **Баллы за аргументацию выбора модели (1-3 балла):**

*\*Приведены возможные аргументы выбора той или иной модели, аргументы школьников могут отличаться от приведенных ниже, их обоснованность определяет ведущий.*

**Джокер 8** – от 0 до 1 балла: Модель будет актуальна еще пару лет. Новая модель, которую можно купить со скидкой.

**Алкон** – от 1 до 2 баллов: в рамках бюджета (экономия). Лишь немного уступает требованиям. Нет лишних функций.

**Флай** – от 1 до 3 баллов: Подходит и даже немного превосходит требования. Модель актуальна по характеристикам (и даже немного превосходит их) сейчас и в ближайшем будущем. Ее стоимость лишь немного превышает бюджет, но в задании указано, что недостающую сумму можно попросить у родителей. Нет лишних функций.

### **Баллы за указание рекламных приемов (1-2 балла): рефлексия.**

*После того, как ведущий выслушивает аргументацию выбора, он спрашивает у школьников, с какими рекламными приемами команда столкнулась и как на их взгляд такие приемы работают.*

*Если школьники сами не упомянули эти приемы, их должен озвучить ведущий.*

- **Искусственный дефицит** (осталось всего несколько штук, акция продлится только до...).

- **Зачеркнутая цена**, которая сохранится недолго – создает иллюзию выгоды (действует на эмоции, подгоняет покупателей в принятии решения).

- **Эмоциональное описание/рассказ**

- **Продажа новинки** – воздействие на желание человека быть в числе первых, кто обладает этой вещью.

## **2.2. Станция «Онлайн заказ» (16 минут)**

### **2.2.1. Необходимый реквизит (Приложение 2.1. и 2.2.)**

1) **Задание №1:**

- Карточка задания №1 для команды – 1 шт (выдается каждой пришедшей команде, а затем забирается)
- Список покупок – 4шт (незаполненная таблица, которую будут заполнять школьники. Выдается 1шт на команду)
- Таблица «Ассортимент нужных продуктов в интернет-магазине» для школьников – 1 шт (выдается каждой пришедшей команде, а затем забирается)
- Таблица «Ассортимент нужных продуктов в интернет-магазине» для ведущего (со столбиком «акции») – 1шт (ее использует ведущий)
- Акции интернет-магазина – 1шт (выдается каждой пришедшей команде, а затем забирается).

Если в игре принимают участие 16 и менее игроков, используется только задание №1 (приложение №2.1), если 17 и более – два задания (задание №1 – приложение 2.1 и задание №2 – приложение 2.2)

## 2) Задание №2:

- Карточка задания №2 для команды – 1шт (выдается каждой пришедшей команде, а затем забирается)
- Список покупок – 4шт (незаполненная таблица, которую будут заполнять школьники. Выдается 1шт на команду)
- Ассортимент пиццерии «СкороПицца» с акциями – 1шт (выдается каждой пришедшей команде, а затем забирается)
- Ассортимент пиццерии «УжеЕду» с акциями – 1шт (выдается каждой пришедшей команде, а затем забирается)
- Ассортимент пиццерии «Пиццайло» с акциями – 1шт (выдается каждой пришедшей команде, а затем забирается)
- Таблица «Ассортимент пиццерий» для ведущего – 1шт (ее использует ведущий)
- Чистая бумага для расчетов, ручки.

Школьники могут использовать калькуляторы на смартфонах!

### 2.2.2. Инструкция для модератора

Если в игре принимают участие 17 и более игроков (в команде более 4 человек), команда делится на 2 части, и 1 часть получает задание №1, вторая часть команды – задание №2. Задания решают параллельно.

### 2.2.3. Проведение станции (7 или 11 минут)

*Задание 1. Школьники получают список продуктов, которые они должны приобрести в интернет-магазине, и доступную для покупки сумму денег. Их задача: потратить на покупку как можно меньше денег (сэкономить) и не превысить выданную сумму.*

**Задание №2.** Школьники получают список продуктов для вечеринки, которые они должны заказать в разных пиццериях, и доступную для покупки сумму денег. Их задача: потратить на покупку как можно меньше денег (сэкономить) и не превысить выданную сумму.

Действия модератора:

- 1) Выдать участникам карточку с заданием, таблицу с ассортиментом покупок, лист с акциями и таблицу для заполнения ответа команд (в ней участники указывают свой выбор и делают подсчет суммы покупки).
- 2) Следить за временем выполнения задания (7 или 11 минут).
- 3) Проверить решение и по результатам начислить баллы.
- 4) Провести рефлексию: спросить, какими акциями они воспользовались, какими – нет и почему, какие были использованы рекламные приемы. (Могут быть начислены дополнительные баллы). (3 или 5 минут)

#### 2.2.4. Критерии принятия правильного решения и расчет баллов

Когда игроки выполнили свои задания, ведущий спрашивает у них, чем обоснован их выбор (проводит рефлексию). Сначала баллы начисляются за решение задания, затем – за рефлексию.

##### 1. Баллы за решение задания (0-6 баллов):

Если команда выполняет только одно задание, за правильное решение они могут получить максимум 6 баллов, если команда выполняет два задания, за каждое из заданий они могут получить максимум по 3 балла.

##### 2. Баллы за указание рекламных приемов (1-3 балла): рефлексия.

Рефлексия проводится для всей команды вместе, так как в обоих заданиях использованы похожие рекламные приемы.

##### Выполнение задания № 1 (6 или 3 балла)

Алгоритм решения задачи (это – возможный алгоритм, команда может пойти иным путем):

1. Исключить неподходящие товары (самые дорогие или те, чье количество превышает необходимое): яйца С1 30шт, минеральная вода «Высокогорная» (даже по акции стоимость 1 литра получается больше, чем у аналогов).
2. В каждой категории товаров (яйца, молоко, вода, яблоки и т.д.) выбрать наиболее подходящее по деньгам и количеству сочетание товаров. При покупке яиц обратить внимание на дату, так как мы закупаемся на 2 недели.
3. Вариант решения задания (наиболее экономный):

Товар	Марка/название	Количество	Стоимость (с учетом скидок)
Молоко	Молоко «Cream» 1л	4	$80*4=320$
Яйца	С1 10 шт С2 10 шт	1 1	$50+79=129$
Минеральная вода	«Талая»	1 уп. по 6 шт 2 шт по 1л	$275+50*2=375$
Яблоки	«Глостер»	4 упаковки (суммарно 4.8кг)	$(120+90)*2=420$

Товар	Марка/название	Количество	Стоимость (с учетом скидок)
		Каждая 2 упаковка- 25% = 90 руб	
Растворимый кофе	«Black Mark»	3 шт	Т.к. каждая 3 – бесплатно, то $300*2=600$
Чай	«Королевская трапеза» «Лапсанг»	1 2	$226+94*2=414$
Доставка			150

Суммарно выходит: 2408 рублей

Расчет количества баллов за выполнение задания №1

Сумма покупки	Количество баллов	
	Задание №1 единственное	Задание №1 – первое из двух
2410 и менее	6	3
2411-2700	4	2
2800 и более (но в рамках 3000)	2	1
3000 и более	0	0

### Выполнение задания № 2 (6 или 3 балла)

Алгоритм решения задачи (это – возможный алгоритм, команда может пойти иным путем):

1. Посчитать, сколько товара каждого вида необходимо купить (из расчета еды и воды на 1 человека: 2 куска пиццы, 0,5литра газировки и 1 порция закусок. Всего 6 человек): 3 литра воды, 6 кусков пиццы «Двойная пепперони» (1 пицца размера L), 4 куска «Мясной» (1 пицца размера M), 2 куска «Вегетарианской» (1 пицца размера S), 3 картошки-фри, 2 порции крыльев, 1 порция картошки по-деревенски, 6 соусов.
2. Определить, в каких пиццериях нет необходимого товара (крылья барбекю есть только в «УжеЕду», двойной пепперони нет в «УжеЕду», а вегетарианской нет в «Пиццайло»).
3. В каждой категории товаров (пицца «Двойная пепперони», пицца «Мясная», картошка, крылья и т.д.) выбрать наиболее подходящую по цене товара пиццерию с учетом акций.
4. Вариант решения задания (наиболее экономный, в таблице «Ассортимент пиццерий» для ведущего самые выгодные товары выделены желтым цветом):

Товар	Пиццерия	Количество, цена	Стоимость (с учетом скидок)
Двойная пепперони	Пиццайло	1шт - L – 505руб	505
Вегетарианская	СкороПицца	1шт - S – 335руб	335
Мясная	УжеЕду	1шт - M – 440руб	440
Картошка-фри	СкороПицца	3шт по 175руб	175*3=525
Картошка по-деревенски	Пиццайло	1шт по 200руб	200
Крылья барбекю	УжеЕду	2шт по 300руб	600
Соусы	СкороПицца	6шт по 25руб	25*6=150
Напитки	СкороПицца	3шт по 1л (3 по цене 2) 1л по 100руб	100*3-100=200
Доставка	СкороПицца УжеЕду Пиццайло	Бесплатная от 1000 Бесплатная от 500 Доставка – 75 рублей	0+0+75=75
Акции:	СкороПицца: 3 содовых по 1 л по цене 2		
Акции:	УжеЕду: при заказе от 1000 онлайн скидка 20%		440+600=1040 1040-20%=832
Сумма покупки:			2822

Расчет количества баллов за выполнение задания №2

Сумма покупки	Количество баллов	
	Задание №1 единственное	Задание №1 – первое из двух
2830 и менее	6	3
2830-3000	3	1
3000 и более	0	0

### 2.2.5. Рефлексия и дополнительные баллы (3 или 5 минут)

После проверки решения, ведущий задает вопросы команде. Если команда отвечает верно – зарабатывает баллы:

- 1) Как вы решали использовать ту или иную акцию? (1 балл)

*Если участники отвечают, что пересчитали стоимость товара с учетом акции и сравнивали ее с аналогичными предложениями (то есть, основанием выбора было не само наличие акции, а выгодная стоимость товара).*

**2) Как вы думаете, как работают акции, в ходе которых покупатель получает бесплатный товар или подарок? (1 балл)**

*Правильный ответ:* акция, в ходе которой клиент получает бесплатный подарок – уловка, рекламный ход, с помощью которого покупателей убеждают приобрести более дорогой товар благодаря их желанию получить подарок. Такая акция воздействует на эмоции: люди любят подарки, а также у них возникает ложное ощущение, что они обманули магазин и получили выгоду.

**3) С какими еще приемами вы столкнулись на этой станции, и как они работают? (1 балл)**

- Эффект дефицита (скидка действует только 24 часа);
- Зачеркнутый ценник (привлечение внимания к цене, которая далеко необязательно окажется ниже аналогов. Также такой прием используется, когда магазину нужно распродать залежавшийся товар, пока не истек срок годности;
- «Бесплатная» доставка (провоцирование на покупку ненужных товаров, чтобы получить бесплатные услуги, чья стоимость уже включена в стоимость товара);
- Каждая 3 банка в подарок, скидка на 2 или 3, 4 товар и т.д. (провоцирование на покупки товара в большем объеме, чем это необходимо) и т.д.

*Если команда что-то не назвала, это делает ведущий.*

**2.3. Станция №3 «Стань блогером» (16 минут)**

**НЕОБХОДИМЫЙ РЕКВИЗИТ (ПРИЛОЖЕНИЕ 3)**

- Карточки с заданиями №0-8 (необходимо разрезать)
- Таблица для ведущего с кратким содержанием карточек и системой штрафов

**2.3.1. Инструкция для модератора**

Действия модератора:

- 1) Рассказать участникам о скрытой и явной рекламе в блогах. Задать вопросы для закрепления материала. Рассказать правила игры. (2 минуты)
- 2) Презентовать первую карточку (№0) и выслушать варианты ответов. Показать карточку №0 участникам.
- 3) Провести игру: выдавать карточки, начислять баллы за верные ответы и штрафы за ошибки. (6 или 12 минут)
- 4) Провести рефлексию: спросить, какими акциями они воспользовались, какими – нет и почему, какие были использованы рекламные приемы. (Могут быть начислены дополнительные баллы) (2 минуты).

**2.3.2. Речь модератора (2 минуты)**

*Ведущий приветствует команду.*

Вы прибыли на станцию, на которой каждый из вас сможет почувствовать себя видеоблогером, но прежде давайте поговорим об этой новой и очень популярной профессии.

Блог – это, по сути, СМИ (как газета, ТВ-передача, сайт в интернете) на определенную тематику. У каждого блога есть своя постоянная аудитория – зрители, своя тематика – спорт, звезды, обзоры и любая другая. Как вы думаете, на чем и как зарабатывают блогеры?

*(Ведущий выслушивает 1-2 ответа. Если среди них нет верного – озвучивает сам)*

Основной источник заработка у блогера – реклама.

Вы, скорее всего, видели посты или видео с рекламным содержанием, как во время рекламных пауз на ТВ: когда блогер открыто рекламирует какой-то товар, поступивший от спонсора.

Но, как вы думаете, только ли явную рекламу можно встретить в блогах?

*(Ведущий выслушивает 1-2 ответа. Если среди них нет верного – озвучивает сам)*

Очень часто можно встретить скрытую рекламу. Причина этого очень проста – за нее больше платят. Скрытая реклама – это реклама, которую мы не воспринимаем как, собственно, рекламу. Самый яркий пример – фитнес-блогер открыто не рекламирует одежду и обувь известной фирмы, но на всех его вещах есть узнаваемая эмблема. Также скрытая реклама может принимать форму совета, рекомендации, рассказа из жизни.

Именно такими блогерами, которым необходимо незаметно для аудитории прорекламирровать какой-то товар, мы и попробуем сегодня стать.

### **Ведущий рассказывает правила.**

*Правила игры очень просты. Один из участников команды берет карточку, читает ее содержание и пытается скрыто прорекламирровать товар, соблюдая обозначенные в задании*

*условия. Тот, кто угадал, что рекламируется, берет следующую карточку и так далее. Задача вашей команды - успеть отгадать как можно больше карточек. За отгадывание одной карточки команда получает 2 балла, за сам показ карточки участник баллы не получает, но может быть оштрафован на 1 балл за каждое употребление запрещенного слова или словосочетания. В минус уйти нельзя. Если же у участника получается не скрытая реклама, а явная – вы не получаете баллы за эту карточку.*

*Давайте попробуем!*

### **2.3.3. Проведение станции (6 или 12 минут)**

*Ведущий берет карточку №0 и начинает рекламный рассказ (его можно менять по своему усмотрению). Пример рассказа:*

Вчера Витя никак не мог уговорить меня и мешал мне записывать для вас новое видео. Любимые игрушки надоели, да и вырос он из них, а новые, подходящие для четырехлетнего ребенка, я бы не рискнула оставить с ним наедине – вдруг он решит и их тоже попробовать на зуб или ударится? А потом я неожиданно нашла решение – крестный Вити нам подарил конструктор из абсолютно безопасных деталей...

*Независимо от того, угадали игроки или нет, ведущий показывает им свою карточку. Если кто-то из игроков угадал – карточку №1 получает он, если нет – карточку получает любой из членов команды.*

**Обратите внимание! Карточку №2 лучше выдать девушке (можно нарушить порядок карточек, это не принципиально).**

#### **2.3.4. Критерии принятия правильного решения и расчет баллов**

##### **1) Баллы за угадывание карточек (0-16 баллов):**

*За каждую карточку можно заработать 2 балла, если ее угадали, а запрещенные слова не были использованы. Ведущий отслеживает соблюдение запрета на определенные слова по таблице для ведущего, если участник случайно их произносит – количество баллов уменьшается.*

*Если игрок делает не скрытую, а явную рекламу, команда не получает баллы за эту карточку. Насколько реклама скрытая – определяет ведущий.*

*У ведущего всего 8 карточек, не считая карточки №0. Таким образом, максимально возможное количество баллов за 3 станцию – 16, но реально за 6-12 минут игры можно угадать примерно 3-6 карточек и заработать в среднем от 6 до 12 баллов.*

##### **2) Баллы за рефлексю: (2 балла).**

#### **2.3.5. Рефлексия и дополнительные баллы (2 минуты)**

*После того, как отгадана последняя карточка за отведенное для игры время, ведущий задает вопрос для обсуждения:*

*Почему скрытая реклама считается более эффективной, чем явная? На обсуждение ответа у вас есть 1 минута.*

*Ведущий выслушивает ответ. Если он неполный – озвучивает информацию сам.*  
**Максимальное количество баллов за ответ: 2.**

*Ответ:* Если обычная реклама подписчиков раздражает и не вызывает доверия, то скрытая:

1) Не замечается, но в памяти информация фиксируется. Прорекламированный товар уже воспринимается как знакомый на подсознательном уровне. Например, выбирая кроссовки, вы скорее обратите внимание на те, чья модель вам примелькалась, пусть вы и не осознаете этого.

2) Скрытая реклама часто воспринимается как совет блогера (подсознательно – знакомого вам человека) или рассказ о его личном успешном опыте, а значит, вызывает больше доверия.

#### **2.4. Станция №4 «Угадай рекламу» (16 минут)**

##### **2.4.1. Необходимый реквизит (Приложение 4)**

- - Таблица со стоимостью вопросов.

- - Карточки вопросов (9шт).
- - Таблица «Ответы для ведущего».

#### **2.4.2. Инструкция для модератора**

На этой станции игроки зарабатывают очки, отвечая на вопросы. У ведущего есть таблица, в которой в каждой ячейке написана стоимость правильного ответа на вопрос. Игроки выбирают вопрос (текст вопроса они не видят, только количество очков, которое заработают в случае правильного ответа), ведущий озвучивает сам вопрос и передает распечатку вопроса (изображение) команде, команда совещается и озвучивает свой ответ.

Команда может размышлять над ответом максимум 1 минуту.

После игры проводится рефлексия. В результате рефлексии ведущий также может начислить дополнительные баллы.

Действия модератора:

- 1) Показать участникам таблицу со стоимостью вопросов.
- 2) Рассказать правила игры (1 минута).
- 3) Провести игру, отслеживая заработанные баллы и штрафы.
- 4) Следить за временем выполнения задания (7 или 11 минут).
- 5) Провести рефлексию (2 или 4 минуты).

#### **2.4.3. Речь модератора (1 минута)**

*Ведущий показывает команде таблицу со стоимостью вопросов (таблица прикреплена к доске/стене/стенду) и рассказывает правила.*

Давайте сыграем в игру «Угадай рекламу»! В этой игре вы зарабатываете баллы. Перед вами таблица, в которой указана тематика вопросов и то, сколько баллов вы заработаете, если верно ответите на выбранный вопрос. На размышления у вас есть 1 минута, справитесь быстрее – сможете открыть большее количество вопросов.

Игру вы начинаете со счетом в 0 баллов. Первым вы можете открыть первый вопрос в каждом блоке (за 1 балл). Если вы ответили верно на 1 вопрос – вы заработали 1 балл, и вам открывается 2 вопрос в этом же блоке уже за 2 балла. Ошиблись – следующий вопрос заблокирован. Штрафов за неверные ответы нет, но вернуться в заблокированный блок вы сможете, только если ответите на все остальные доступные вам вопросы.

Если нет вопросов, давайте начнем!

#### **2.4.4. Проведение станции (11 минут)**

#### **2.4.5. Критерии принятия правильного решения и расчет баллов**

##### **1. Баллы за верный ответ на вопрос: от 1 до 3.**

Ответы школьников могут отличаться от приведенных в таблицах «Ответы для ведущего», ведущий начисляет очки, если школьники верно угадали суть.

2. Всего в таблице со стоимостью вопросов есть 9 ячеек со стоимостью от 1 до 3 баллов. За открытие всех ячеек максимум можно заработать 18 баллов.
3. **Баллы за рефлексю: 2 балла.**

## 2.5. Рефлексия

*Ведущий собирает путевые листы, определяет, какая команда наиболее успешно прошла все станции, и поздравляет победителя. Затем он возвращает листы командам и задает школьникам ключевые вопросы игры (эти вопросы освещаются во время выступлений при количестве участников игры 16 и менее):*

- Где мы сталкиваемся с рекламой?
- Какие приемы используют продавцы, интернет-магазины и блогеры, рекламируя товар?
- Как рационально подходить к выбору товаров и не стать жертвой рекламы?

*Дополнительные вопросы для рефлексии:*

- Вы познакомились с разными рекламными приемами, каким из них, на ваш взгляд, наиболее трудно противостоять?
- С какими из этих приемов вы сталкивались в обычной жизни?
- Покупали ли вы когда-нибудь что-то ненужное из-за рекламы?
- Как вы думаете, эта игра помогла вам обрести более критическое восприятие в отношении рекламы?

Как вы думаете, что нужно делать, чтобы не стать жертвой рекламы, например, не совершать лишние покупки?

### **3. ПРИЛОЖЕНИЯ**

#### **2.2 Приложение №1 (станция «Магазин техники»)**

- 1) Карточка задания
- 2) 3 торговых предложения – распечатки с изображением и характеристиками предлагаемых для покупки моделей смартфонов:

#### **3.1. Приложение №2.1 (станция «Онлайн заказ» Задание №1)**

- 1) Карточка задания №1 для команды
- 2) Список покупок (незаполненная таблица, которую будут заполнять школьники)
- 3) Таблица «Ассортимент нужных продуктов в интернет-магазине» для школьников
- 4) Таблица «Ассортимент нужных продуктов в интернет-магазине» для ведущего (со столбиком «акции»)
- 5) Акции интернет-магазина (для детей, для ведущего они отражены в таблице)

#### **3.2. Приложение №2.2 (станция «Онлайн заказ» Задание №2)**

- 1) Карточка задания №2 для команды
- 2) Список покупок (незаполненная таблица, которую будут заполнять школьники)
- 3) Ассортимент пиццерии «СкороПицца» с акциями
- 4) Ассортимент пиццерии «УжеЕду» с акциями
- 5) Ассортимент пиццерии «ПиццаЙло» с акциями
- 6) Таблица «Ассортимент пиццерий» для ведущего.

#### **3.3. Приложение №3 (станция «Стань блогером»)**

- 1) Карточки с заданиями №0-8 (9шт)
- 2) Таблица для ведущего с кратким содержанием карточек и системой штрафов

#### **3.4. Приложение №4 (станция «Угадай рекламу»)**

- 1) Таблица со стоимостью вопросов
- 2) Карточки вопросов (9шт)
- 3) Таблица «Ответы для ведущего»

#### **3.5. Приложение №5.2 (Маршрутный лист для 17 и более участников)**

4 маршрутных листа по 1шт на команду (листы различаются разным порядком прохождения станций). В маршрутном листе есть таблица для отметки прохождения станций, полями для указания заработанных баллов, таблица для записи рекламных приемов.

