

Технологическая карта занятия

Тема занятия	Воздействие рекламы на потребителей			
Тип занятия	Станционная игра			
Информационно - методическое обеспечение педагогической деятельности	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.			
Оборудование	№	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		
План занятия	№	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, нахождение 1 станции отводится 16 минут	64 минуты
	3	Рефлексия	Подведение итогов игры, обсуждение и впечатления	20 минут
	Итого			90 минут
Цель занятия	познакомить участников с основными приемами, используемыми в рекламе, чтобы развить критическое восприятие рекламы товаров и услуг.			
Задачи занятия	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 			

	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
Формы и методы обучения	<p>Активные формы обучения: станционная игра</p> <p>Методы: практические, поисковые, дедуктивные</p>
Основные понятия и термины	<p>Скрытая реклама, скидка, рекламная акция, рекламный прием, ложные потребности, импульсные покупки</p>

Планируемые образовательные результаты	
Объем освоения и уровень владения компетенциями	Компоненты культурно-компетентного опыта/ приобретенная компетентность
<p>Научатся: узнавать рекламные приемы в повседневной жизни.</p> <p>понимать, что реклама формирует ложные потребности и провоцирует на лишние покупки.</p> <p>осознавать, что скидки и рекламные акции – приемы, которые могут спровоцировать лишние траты.</p> <p>Получат возможность научиться: осознавать, что не существует бесплатных товаров или услуг – их стоимость всегда включена в цену товара.</p> <p>осознавать свои потребности и уметь отказываться от ненужных предложений товаров и услуг.</p> <p>уметь распознавать скрытую рекламу и понимать ее механизмы воздействия на потребителя.</p>	<p>Целостно-смысловая компетенция</p> <p>Научатся: критически воспринимать рекламу товаров и услуг</p>

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ЗАНЯТИЯ					
Этапы занятия	Время (мин.)	Деятельность преподавателя	Деятельность обучающихся	Формы организации взаимодействия на занятии	Универсальные учебные действия
1	2	4	5	6	7
Инструктаж	5-6	Ведущий объявляет о начале мероприятия, приветствует участников, анонсирует тему и формат игры, делит участников на команды, раздает маршрутные листы и проводит инструктаж по правилам.	Учащиеся делятся на команды	Инструктаж в форме рассказа	познавательные: коммуникативные личностные
Прохождение командами	16 – 1 ст.	4 модератора станций (помощники преподавателя)	Выполняют задания на	Работа в группах	познавательные: коммуникативные

станций по маршрутным листам	64	Выполняют свои роли (подробности в сценарии)	станциях		личностные знаково-символические действия :
Рефлексия	20	Подведение итогов	Делятся впечатлениями	беседа	познавательные: коммуникативные личностные