Поломошнова Наталья Александровна

МБОУ СОШ №5, г.Гусиноозерск, Селенгинского района

Учитель экономики

**План – конспект урока экономики в 10 классе**

**Тема: Реклама**

**Тип урока** – Изучение новой темы и первичное ее закрепление.

**Форма урока *–*** урок - деловая игра.

**Цель урока:** создание условий для осознания и осмысления блока новой учебной информации, знакомство учащихся с рекламой как инструментом маркетинга.

**Задачи урока:**

***Образовательная*** – познакомить учащихся с рекламой как инструментом маркетинга, научить создавать рекламный проспект.

***Развивающая*** – развивать учебно-познавательные ( ), информационные (самостоятельно готовить проспект, отбор необходимой информации, преобразование информации – схема) и коммуникативные (умение общаться со сверстниками, работать в группе, отстаивать свою точку зрения, слушать и слышать других) компетенции.

***Воспитательная*** – воспитывать эстетический вкус, позитивное отношение к рекламе.

**Программное обеспечение:**

Microsoft Office Power Point, Microsoft Office Word, MicrosoftOffice Publisher.

Участники занятия: Учащиеся 10 класса экономического профиля МБОУ СОШ №4 г. Гусиноозерска.

**Подготовка к уроку:**

* Составление учителем презентации к уроку.
* Подготовка материала учителем для создания проспектов (фотографии, логотипы, эмблемы, торговые знаки, слоганы).

**Техническое обеспечение:**

Компьютер, проектор и экран, ноутбуки

**Основные понятия темы:**

* Маркетинг
* Реклама
* Рекламодатель
* Рекламопроизводитель
* Рекламораспространитель
* Рекламное агентство

**Ход занятия**

**1. Орг. момент: (1 минута)**

-Добрый день, уважаемые старшеклассники, присаживайтесь! Сегодня нам предстоит интересная работа.

-Ваша активность, уверенность, командный дух - вот залог нашего сегодняшнего успеха! (учащиеся садятся за круглый стол).

**2. Этап мотивации и целеполагания (5 минут)**

- Представьте себе, что мы с вами сотрудники маркетинговой компании. Сегодня у нас первое заседание, для которого мы сейчас определим тему и обсудим задачи.

Я предлагаю вам просмотреть отрывок из мультфильма (на экране транслируется мультфильм «Как старик корову продавал»), который, я считаю, подскажет нам тему заседания. (просмотр)

-Вы посмотрели отрывок мультфильма, как вы думаете, почему парню удалось продать корову, которую, как вы помните, не мог продать дед? Похвалил, рассказал о достоинствах (которых здесь не было на самом деле). Вы абсолютно правы.

-«Не похвалишь, не продашь», - гласит пословица. На экономическом же языке - это как называется? «Рекламировал». Значит, тема нашего сегодняшнего заседания: КАКАЯ? **«Реклама».**

-А что такое реклама? Откройте сборники, которые у вас на столе на стр.36 (Определение рекламы занесите в глоссарий в ваших записных книжках).

**3. Изучение нового материала (15 минут)**

-Теперь, уважаемые коллеги, обсудим задачи заседания. –КАКОВЫ же они, на ваш взгляд?

Да, мы должны **познакомиться с целями рекламы, ее видами и составляющими.**

**СЛОВО учителя:**

Реклама появилась и развивалась одновременно с торговлей. Еще в древности купцы понимали важность рекламы в успехе своего дела. С течением времени, совершенствуя способы и средства, реклама превратилась в самостоятельную сферу бизнеса.

 -Мне хотелось бы узнать, как вы сами относитесь к рекламе? Ведь вы не только сотрудники моей компании, вы еще и потребители.

**Учитель:** Кого-то она развлекает, кого-то раздражает, кто-то получает необходимую информацию.

**УЧИТЕЛЬ**: Но реклама нужна производителю. Сегодня для успешного бизнеса мало создать хороший товар, назначить привлекательную цену и обеспечить его доступность для потенциальных потребителей. Покупатель может просто-напросто не узнать о товаре, пусть даже он был бы и готов его приобрести. А целью для любой фирмы или предпринимателя является получение прибыли, и, чтобы добиться большего объема продаж, нужно серьезно подходить к рекламе своего товара. Реклама для бизнеса-серьезная работа, которая имеет свое название-маркетинг. Что такое МАРКЕТИНГ?

(Прошу вас открыть записные книжки и занести определение этого экономического понятия).

**УЧИТЕЛЬ**: (запишем в глоссарий) **Маркетинг** - это предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю.

**УЧИТЕЛЬ:** Реклама – это огромное вложение средств, и обходится она производителю недешево. Обычно на нее уходит от 0,5 до 7% и более средств от объема продаж в денежном выражении. И тем не менее производители идут на это, потому что реклама - одно из главных средств стимулирования сбыта. И чтобы реклама оказалась эффективной, фирма должна тщательно продумывать ответы на 3 вопроса: (Внимание на экран).

- ЧТО это за ВОПРОСЫ? КАК вы их ПОНИМАЕТЕ? **Реклама: Чего? Для кого? Как?**

**УЧИТЕЛЬ:** Реклама ориентирована на потребителя, т.е. на нас с вами, т.к. покупатель на современном рынке является главной фигурой. Ведь все товары и услуги производятся для удовлетворения потребностей покупателей. В современном мире в рекламировании товара участвуют обычно несколько лиц: (прошу открыть сборники и зачитать, КТО эти лица?) стр.

1. **Рекламодатель -** это юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации, как правило, реализующее рекламируемые товары, работы, услуги и потому заказывающее рекламу
2. **Рекламопроизводитель** - (рекламное агенство) придумывает сюжет рекламы и емкое обращение к покупателю и осуществляет рекламный замысел (снимает видеоролик, печатает рекламный плакат и т.п.
3. **Рекламораспространитель** – тот, который размещает рекламную информацию путем использования имущества (рекламных щитов, транспортных средств), в том числе технических средств теле и радиовещания, каналов связи, эфирного времени и иными способами.

Исходя из прочитанного, к КАКОЙ категории из этих лиц относимся мы с вами?

И следующий вопрос, на который мне хотелось бы услышать ваши суждения:

 Какие ФУНКЦИИ у рекламы?

-увеличение объема продаж

-ознакомление потребителей с новой продукцией

-оказание влияние на решение потребителя совершить покупку в настоящий момент

-создание благоприятного образа(имиджа) предприятия.

Реклама так же бывает нескольких видов:

1. **Информативная** реклама – предпочтительна на стадии выведения товара на рынок, когда необходимо создать первичный спрос.
2. **Увещевательная** реклама - преследует цель создать избирательный спрос на товар определенной марки, утвердить его преимущество за счет сравнения с такими же товарами другой марки.
3. **Напоминающая** реклам - используется в основном, чтобы заставить потребителя постоянно помнить товар, потребительские качества которого ему известны (общеизвестные или сезонные товары).
4. **Подкрепляющая** реклама - стремится уверить покупателя в правильности сделанного выбора.

(Я попрошу вас **составить краткую схему видов рекламы** в своих блокнотах)

- Коллеги, а где вы чаще всего сталкиваетесь с рекламой?

Да, реклама классифицируется в зависимости от средств ее распространения:

-в СМИ (газеты, журналы, телевидение, радио, интернет)

-наружная реклама (реклама на улицах)

- индивидуальные письма

-реклама на транспорте, листовки, сувенирная продукция и т.д.

(просмотр видов рекламы на слайд-шоу)

**УЧИТЕЛЬ:** Самым эффективным способом рекламы являются СМИ, газеты, телевидение. С их помощью реклама становится доступной для огромного количества потребителей, быстро запоминается, становится узнаваемой.

Вам, уважаемые сотрудники, всегда нужно помнить, что реклама должна быть законной, пристойной, честной и правдивой, потому что существует Правовое регулирование рекламы.

1. **Закрепление новых знаний и способов действий (10 минут).**

В начале совещания мы просмотрели фрагмент мультфильма.

- К какому виду рекламы вы ее отнесете? (это информационная реклама)

- А с точки зрения правового регулирования? (это недостоверная реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения о товаре? Это заведомо ложная реклама!!!где продавец умышленно вводит в заблуждение потребителя.)

- Какие меры ответственности могут быть применены к продавцу? (он несет административную ответственность предупреждение или штраф 200 минимальных размеров оплаты труда).

**УЧИТЕЛЬ**: В случае установления факта нарушения законодательства о рекламе нарушитель обязан опубликовать за свой счет контррекламу, либо он несет гражданско-правовую ответственность (возмещение вреда), в случае отказа от контррекламы несет административную ответственность в виде предупреждения ли штрафа в размере до 200 минимальных размеров оплаты труда. Уголовная ответственность за нарушение законодательства о рекламе недавно отменена (ранее ст.182 УК РФ).

**Практическая часть. (Телефонный звонок).**

**УЧИТЕЛЬ: Прошу прощения! Алло, здравствуйте. Да, ваш заказ мы сегодня обсудим. Не беспокойтесь: все будет готово в установленные сроки! До свидания. Извините, коллеги.**

К нам поступил заказ на рекламу. Сроки поджимают, заказчики волнуются. Прошу вас разделиться на отделы по 4 человека. По заказу рекламодателей мы сегодня создадим рекламные проспекты, объектами которых будут новые неизвестные товары. Ведь, когда на прилавках появляется новый товар, к нему обязательно прилагается рекламный проспект. Ваша задача - **РАЗРАБОТАТЬ рекламные проспекты** для новых товаров, которые завезли вчера в наш торговый центр. (На экранах ваших ноутбуков имеются шаблоны для проспектов). А названия у товаров такие: КУЛЬДЯЛО, ВИЛЬДОБИЗЕР, ФИФИЛЯМБА, ШУРПУМБЕЛЬ. Распределим указанные товары по отделам:

1 отдел-КУЛЬДЯЛО

2 отдел-ВИЛЬДОБИЗЕР

3 отдел- ФИФИЛЯМБА

4 отдел-ШУРПУМБЕЛЬ

5 отдел-ФЕРМИНОБЕЛЬ

- В разработке рекламных проспектов вы можете указать: для чего служит новый товар, как им пользоваться, из чего изготовлен, в каких условиях хранить сколько стоит оптом и в розницу, контактные данные и другое. (ребята рассаживаются по группам).

Самое главное слово в рекламе «ВЫ». С этого и надо начинать рекламное обращение. При этом важно использовать теплые слова повышенной эмоциональной ценности: «выгодно, удобно, дешево, красота, семья, дети».

Недопустимы в рекламе скучные слова и отрицания: «нет», «не», «убытки», «потери» и им подобные.

И помните, никакая реклама не поможет продать то, что невозможно продать.

1. **Презентации созданных проспектов (8 минут)**

- Итак, давайте посмотрим, что у нас получилось. Сумеете ли вы данными проспектами принести прибыль нашей компании.

Сотрудников отделов приглашаю по очереди презентовать свой проспект. А остальным отделам проанализировать предложенную рекламу. Для этого у Вас имеются листы взаимооценки.

-На мой взгляд, вы справились с заданием достойно! Вы создали рекламные проспекты привлекательными, с использованием нужных слов, придумали слоганы, чтобы привлечь потенциальных покупателей.

1. **Рефлексия. Подведение итогов работы (2 минуты)**

На этом мы завершаем наше первое заседание маркетинговой компании.

Прошу высказать свое личное восприятие учебного занятия, используя начала фраз: (см. Лист самооценки)

Я понял….

Я почувствовал….

Я бы изменил…

Я буду….

А я, в свою очередь, благодарю вас за активность, проявленную любознательность и работоспособность. Мне было приятно с вами работать. Спасибо за совместное сотрудничество!