

Ход урока

Этап урока	Деятельность учителя	Деятельность учащихся
I. Организационный момент. 2 мин	Здравствуйте! Садитесь, пожалуйста.	Приветствуют учителя и гостей.
II. Постановка темы и цели урока. 5 мин	<p>Посмотрите, пожалуйста, презентацию. На каком слайде вы поймете, какая будет тема сегодняшнего урока.</p> <p>(слайд 1,2,3,4)</p> <p>Сегодня мы говорим о рекламе. Это последний пункт нашего творческого проекта.</p> <p>Что будет являться задачами урока?</p>	<p>Реклама</p> <p>Узнать что такое реклама</p> <p>Мы должны сделать рекламу изготовленного изделия.</p>
III. Актуализация знаний 3 мин	<p>Давайте попробуем сформулировать определение "рекламы". что мы видим на рекламных буклетах, в ТВ, Интернете? Информацию.</p> <p>О чем? на кого она направлена? кто ее размещает?</p> <p>Заполняем самостоятельно рабочий лист по рекламе.</p> <p>Какие вы знаете виды рекламы?</p> <p>(слайд 5).</p> <p>Какова их цель? ОТДЕЛЬНО - социальная</p> <p>Главное отличие некоммерческой рекламы — она не ставит перед собой цель получения прибыли. Она создана, чтобы просвещать общество для решения его проблем.</p> <p>Предметом социальной</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Реклама — это информация, которая привлекает внимание потенциальных клиентов к продукту, бренду или услуге. <p>тв, интернет, печатная, транспортная, цель - получение прибыли</p> <p>Записывают тему.</p>

	рекламы служит мысль, которая через рекламные средства доносится обществу в целом и каждому человеку отдельно.	Предположения учащихся.
IV. Открытие нового знания. 10 минут	<p>Как вы думаете в чем заключаются задачи рекламы?</p> <p><i>Повысить продажи.</i> Реклама товаров и услуг стимулирует спрос. Простыми словами, она может побуждать купить конкретный продукт или воспользоваться услугой. Например, с помощью скидок или специальных предложений.</p> <p><i>Проинформировать потенциальных клиентов.</i> Реклама рассказывает потребителям о продукте, его свойствах и преимуществах. Например, при продвижении смартфона могут говорить о мощном процессоре, нескольких камерах и оригинальном внешнем виде.</p> <p><i>Повысить узнаваемость.</i> Узнаваемость — это то, насколько потребители знакомы с брендом. Обычно для такой рекламы устанавливают конкретную цель, которая ориентирована на количество показов потенциальной аудитории. В такой рекламе обычно используют логотип, цвета бренда и запоминающиеся образы. У потенциального клиента выстраиваются положительные ассоциации</p>	<p>Слушают. Отвечают на вопросы .</p> <p>Ответы учащихся, дополнения друг друга.</p>

	<p>с брендом. Кроме того, он может вспомнить название компании во время покупок.</p> <p><i>Напомнить о бренде.</i> Один из способов компаний взаимодействовать с покупателями, чтобы снова рассказать им о продуктах, услугах или ценностях компании. Такую тактику можно использовать, чтобы поддерживать связь с постоянными клиентами и побуждать их делать повторные покупки. Ещё рекламу иногда нацеливают на людей, которые уже совершили действия на сайте — например, добавляли товары в корзину, но не купили их. Коммуникация с такими пользователями позволяет увеличить количество оформленных заказов.</p>	
	<p>Разделитесь на группы. Посмотрите на печатную рекламу.</p> <p>Попробуйте определить Ключевые элементы печатной рекламы. Что есть на каждой рекламе?</p> <p>ОНА ЗАПОМИНАЕТСЯ И остается с человеком в его подсознании. Вспомните известные вам слоганы.</p>	<p>Работа в группах</p> <ul style="list-style-type: none"> • Дизайн/иллюстрация Попробуйте сделать эксперимент. Посмотрите на две рекламы. Какая больше привлекает ваше внимание? с картинкой <p>По исследованиям именно иллюстрацию сначала</p>

	<p>ОН ЗАПОМИНАЕТСЯ И остается с человеком в его подсознании. Вспомните известные вам слоганы.</p> <p>не обязательно все эти элементы используются на каждой рекламе.</p> <p>Рекламные щитки воздействуют на</p>	<p>замечает человек.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Заголовок <p>Раскрасите большую надпись "труд" и фон светлыми цветами, маленькую - яркими контрастными цветами. Сделайте вывод, какая надпись больше привлекает внимание, не смотря на размер?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слоган (— это краткая фраза, используемая для передачи ценности бренда)/призыв к действию <p>Skittles – («Попробуй радугу»)</p> <p>Red Bull – («Red Bull окрыляет»)</p> <p>Тойота, «Управляй мечтой».</p> <p>Indesit, «Мы работаем, вы отдыхаете».</p> <p>Adidas, «Невозможное возможно».</p> <p>Яндекс, «Найдется все».</p> <p>Т-Банк, «Он такой один».</p> <p>Snickers, «Не тормози — сникерсни».</p> <p>Камаз, «Танки грязи не боятся».</p> <p>МегаФон, «Будущее зависит от тебя».</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рекламный текст • Подпись компании
--	---	--

	<p>зрительное восприятие человека, оставляют след в подсознании на уровне образного мышления. Слоганы, звучащие с телевизионных экранов и по радио, оказывают воздействие на слух, откладываясь в памяти, назойливо преследуют на протяжении дня.</p> <p>Таким образом, реклама активно стимулирует людей тратить деньги и в целом влияет на образ жизни, а также потребительское поведение. Реклама также формирует ценности, представления о жизни. Рекламные кампании часто передают определенные сообщения о том, что важно и значимо в жизни.</p> <p>Рекламодатели убеждают людей покупать продукты и услуги, подчеркивая их как символ статуса и играя на внутренних страхах и неуверенности. Осознание этого факта является основополагающим шагом в принятии здоровых решений относительно нашего здоровья и того, что покупать, а что нет.</p>	<p>(сайт, телефон, адрес Записывают в рабочий лист Ответы учащихся.</p>
--	---	---

	<p>Задание для вас изготовить макет печатной рекламы вашего изделия.</p> <p>Давайте попробуем разработать критерии для оценивания вашей работы.</p> <p>Можно использовать "Облако слов"</p> <p>Заполните таблицу в рабочем листе</p>	<p>Обсуждение.</p>
<p>V. Самостоятельн ая творческая работа 20 минут</p>	<p>Выполнить на листформата A4 макет рекламы в соответствии с требованиями.</p> <p>Самооценка и оценка соседом макета в соответствии с требованиями.</p>	<p>Выполнение макета рекламы</p> <p>Работа в парах</p>
<p>VI. Домашнее задание 1 мин</p>	<p>Кто не успел – доделать макет рекламы</p>	<p>Записывают дз.</p>
<p>VII. Итог урока 2 мин</p>	<p>Подходит к концу наш урок. О чем мы узнали? Какие задачи были поставлены? Мы достигли их? Где мы сможем применять полученные знания?</p>	<p>Ответы учеников.</p>
<p>VIII. Рефлексия 2 мин</p>	<p>Я вам предлагаю оценить свою работу. На рабочих картах по критериям оцените свою работу. Спасибо за урок! Вы замечательные ребята!</p>	<p>Запись в рабочих листах</p>