

Государственное автономное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования
«Институт регионального развития Пензенской области»

Центр дошкольного образования

Муниципальное бюджетное дошкольное образовательное учреждение
детский сад №151 г.Пензы «Золушка»

Конспект непрерывной образовательной деятельности с детьми старшего дошкольного возраста (подготовительная группа) «Дети в мире современной рекламы»

Составил:

воспитатель Кручинина Марина Владимировна
первая квалификационная категория



Пенза, 2019

**Непрерывная образовательная деятельность
в подготовительной группе
« Дети в мире современной рекламы»**

Задачи:

Сформировать первичные представления о рекламе, как средстве сообщения информации о товарах, всего того, что людям нужно для их повседневной жизни.

Расширять словарный запас детей экономическими категориями: рекламодатели, рекламораспространители, рекламист.

Развивать творческое воображение детей при изготовлении «рекламы», инициировать самостоятельный выбор разных способов в дизайнерской деятельности.

Воспитывать осознанное отношение к явлению рекламы, интереса к профессии рекламной деятельности.

Словарная работа: рекламист, рекламодатель, рекламораспространитель

Материал и оборудование: фотографии старинных зданий с вывесками, реклама в газетах, календарях, рекламных буклетах, фотографии рекламных баннеров, ватман, картинки и фотографии о своем детском саде, восковые мелки, цветные карандаши, фломастеры, клей, салфетки.

Формы и методы: игровая обучающая ситуация, беседа по содержанию, словарная работа.

Предварительная работа: чтение произведений о профессиях, дидактические игры экономического содержания («Что мы купим в магазине», «Что дешевле, что дороже», беседа на тему «Кем быть»)

Содержание:

Воспитатель рассматривает с детьми альбом с фотографиями, и находит в нем фото старинных зданий с вывесками.

Интересуется у детей, что обозначают такие знаки. Рассматривает вместе с детьми фотографии вывесок на старинных магазинах, спрашивает у детей, что продавали в таких магазинах.

Рассказывает детям, что в давние времена, когда ни все люди умели читать и писать, уже тогда люди что - то продавали и покупали, существовали торговые лавки или базары. А над входом в торговые лавки вешали знаки, например изображающие ассортимент, который продают или придумывали название торговой лавке и эти знаки назывались – вывесками.

А еще почти на всех площадях в качестве рекламы использовались “зазывалы” — это такие люди, которые приглашали в лавки покупателей.

Стояли у дверей и выкрикивали:

Эй, прохожий, не спеши,

Здесь товары хороши!

Ленты, кружева, ботинки,

Что угодно для души!

Конечно, после таких слов в торговых лавках становилось покупателей намного больше.

Спрашивает у детей, как сейчас называют такие вывески (выводит на понятие реклама). В наше время создание рекламы стало профессией. Рекламист – это человек, который придумывает и делает рекламу. Повторите новое название профессии – рекламист (Дети повторяют).

Спрашивает у детей, где можно встретить рекламу (в телевизоре, на радио, в журналах, календарях, на улице)

Показывает детям фотографии рекламных щитов (баннеров) буклеты, журналы с рекламой.

Интересуется, зачем нужна реклама (чтобы продать товар, знать какой магазин скоро откроется, какие развлечения будут в парке)

Объясняет детям, что к рекламе нужно относиться осторожно, не всем рекламам можно верить, она может быть обманной, нечестной. Прежде чем что-то купить, надо подумать, нужна ли эта вещь, и обратить внимание на качество рекламируемого товара. Может оказаться, что товар другой фирмы качественнее и дешевле. Следует быть бережливыми и экономными.

Рассказывает детям о том, что ее семья решили сделать ремонт в комнате. Старый диван нужно было продать, и было принято решение дать объявление в интернете. Спрашивает у детей, можно ли назвать ее рекламоделатель.

Интересуется, могут ли дети стать рекламоделателями. Кто в этом может помочь? (помочь вам могут родители)

Спрашивает у детей, что надо для того чтобы о рекламе вашего товара узнали, ее нужно распространить. Как называют таких людей? (рекламораспространители)

Рекламораспространители - это сми: радио, телевидение, специальные работники торговых фирм.

Рассказывает детям, что в выходной гуляла с семьей по улице Московской, и к ним подошел человек, наряженный в сотовый телефон. Спрашивает у детей, кто это мог быть?

Интересуется, кто делает рекламу? (взрослые, художники, писатели) А еще кто? (ответ детей) Обобщает, рекламу создают писатели, артисты, наборщики текстов, художники, которые работают в специальных рекламных агентствах.

Воспитатель интересуется у детей, могут ли он прорекламировать наш детский сад, чтобы о нем узнали? Ведь каждый год, в детский сад мамы и папы приводят новых детей, и они не знают, что есть у нас в детском саду.

Предлагает попробовать создать рекламу детского сада. Все необходимое лежит на столах. (дети рисуют, клеят, мастерят)