

**Конспект проведения образовательной деятельности в
МБДОУ «ДС №389 г. Челябинска»
в подготовительной группе
«Рекламное агентство»**

Проводит: воспитатель высшей квалификационной категории

Шнейдер Елена Юрьевна

Тема: «Использование легоконструкций в развитии экономических представлений у детей старшего дошкольного возраста».

Цель: закрепить знания детей о понятии «реклама»; активизировать словарь детей, мотивировать на работу в коллективе. Учить создавать рекламу для любого продукта.

Задачи:

- воспитывать самостоятельность, интерес к конструированию из «Лего»;
- развивать речевое творчество в процессе изготовления рекламной продукции;
- дать детям возможность практически осуществить процесс работы рекламного агента;
- воспитывать интерес к экономике.

Активизация словаря: реклама, рекламировать, рекламодаделец, агент, прокат, буклет, товар, услуга.

Предварительная работа: создание пункта проката из элементов конструктора «Лего»; беседа о видах рекламы; рассматривание рекламных буклетов и проспектов.

Материал и оборудование: постройки из конструктора «Лего», цветная бумага, заготовки для буклетов, фотографии пункта проката, карточки со словами для рекламы, клей, ножницы, фишки с номерами, карты-схемы.

Ход занятия:

Воспитатель предлагает детям рассмотреть и описать собранную ранее постройку из элементов конструктора «Лего».

Наводящие вопросы:

- что это такое? (Пункт проката техники на базе отдыха «Колосок»)
- из чего сделан? (из конструктора «Лего»)

Воспитатель:

Что за чудесное изобретение -
Легоконструктор, вне всяких сомнений.
Путь для фантазий с ним только прямой,

Можно с ним всякую нашу затею
Выстроить сразу, была бы идея.

- для каких целей построили?
- как можно использовать?
- что нужно сделать, чтобы все узнали про него? (ответы детей).

Подвести детей к понятию «реклама товара и услуг». Предложить сказать, где можно увидеть и услышать рекламу (реклама в прессе – газеты и журналы; печатная – листовки, брошюры, буклеты; на ТВ – ролики, рекламная пауза, текст в бегущей строке; на радио; средства наружной рекламы – щиты, биллборды, плакаты; в сети интернет; на транспорте; от человека к человеку).

Д/и «Угадай, что рекламируют»

Цель: закрепить знания детей о понятии «реклама»; активизировать словарь детей, учить их работать в коллективе.

Основные экономические категории: реклама, услуги, товар.

Материал: карточки с изображением товаров и услуг.

Ход игры: Взрослый предлагает ребенку выбрать карточку, расположить её на столе изображением вниз и прорекламирровать её изображение.

Рекламирровать может каждый член команды. Остальные называют предмет, о котором идёт речь в рекламе (пока дети думают, с остальными участниками проводится словарная игра).

Воспитатель: -А теперь мы будем рекламировать наш пункт проката при помощи печатной рекламы. Мы с вами побудем рекламными агентами. Предлагаю вам изготовить рекламный буклет. А чтобы он привлек внимание, рассмотрим правила изготовления при помощи карты-схемы.

Рассматривают карту, называют основные компоненты: оформление титульного листа, содержание, информация об услуге, контактные данные ; каким должен быть буклет (дети называют самостоятельно или повторяют с воспитателем). Сравнивают буклет с изображением биллборда («большой размер») на фото, назвать отличия.

Практическая часть:

Дети работают в парах (делятся при помощи карточек с цифрами).

Перед началом работы проводится игра «Что нужно для рекламы». Дети выбирают напечатанные слова, фото, номера телефона, названия.

В паре дети договариваются, какой вид работ выполняет каждый ребенок.

Итог занятия.

Воспитатель: - «Сегодня мы с вами побывали в роли рекламных агентов. Вам понравилось быть взрослыми? Что нового вы узнали? (ответы детей). Сейчас предлагаю подарить буклеты гостям, чтобы все смогли узнать о нашем замечательном «Пункте проката» на базе отдыха «Колосок». Спасибо вам за ваше творчество.

В конце занятия дети дарят буклеты, приглашают в пункт проката.