



Аннотация: в данной методической разработке представлен план и сценарий открытого учебного занятия по учебному предмету «Рекламоведение». Использование на учебном занятии электронных средств обучения позволяет повысить познавательную активность учащихся, улучшить качество усвоения нового материала, повысить эффективность обучения, обеспечить условия для гармоничного развития личности, ориентирующейся в информационном пространстве, приобщенной к возможностям современных информационно-коммуникативных технологий и обладающей информационной культурой.

Методическая разработка представляет имеющийся опыт педагога и может быть полезна преподавателям экономических предметов в их педагогической деятельности.

План учебного занятия

Учебный предмет	рекламоведение
Тема	Реклама в местах продаж
Тип учебного занятия	комбинированное
Вид учебного занятия	лекция, тестирование, самостоятельная работа учащихся
Преподаватель	Клювиткина Анна Анатольевна, преподаватель первой квалификационной категории
Учебная группа	М-484
Дата	27 мая 2024г.

Цели учебного занятия:

методическая – создать условия для повышения познавательной активности учащихся при ознакомлении с новым материалом на основе совместной деятельности учащихся и преподавателя с использованием электронных средств обучения;

обучающая – дать понятие рекламы в местах продаж, видах P.O.S материалов, основных преимуществах рекламы в местах продаж, витринах как средствах рекламы;

развивающая – создать условия для развития логического мышления учащихся, быстроты реакции, наблюдательности, умения составлять схему своего рассуждения и аргументировать его;

воспитательная – создать условия для воспитания уважительного отношения к выбранной профессии, умении правильно, грамотно излагать мысли.

Межпредметные связи – «Маркетинг», «Товароведение»

Внутрипредметные связи – раздел «Рекламные средства и каналы распространения рекламы»

Материально-техническое, методическое обеспечение учебного занятия: интерактивная доска; компьютер; презентация в программе PowerPoint; раздаточный материал «POS-материалы»; видеоролики; видеоролик со встроенным тестом в программе Learnis; тест в программе Online Test Pad; рефлексия «Диаграмма» в программе Mentimeter; мобильные устройства.

Список используемых источников

1 Колеснёва Е.П., Любецкий П.Б. Рекламная деятельность. Учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений по экон. специальностям. - Минск: ТетраСистемс, 2009. - 256 с.

2 Мудров А. Н. Основы рекламы: учебник / А.Н.Мудров. - 2-е изд.перераб. и доп. - М. Магистр, 2008. - 397 с.

3 Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г.Панкратов. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Дашков и К, 2017. - 538 с.

Технологическая карта учебного занятия

Структура учебного занятия	Продолжительность учебного этапа	Методы обучения	Деятельность преподавателя	Деятельность учащихся
1 Организационный момент	2 мин	Информационно-словесный	Приветствует учебную группу. Слушает рапорт дежурного, заполняет журнал учета учебных занятий, проверяет готовность к учебному занятию	Приветствуют преподавателя, слушают, готовятся к учебному занятию
2 Сообщение темы и цели учебного занятия. Мотивация учебной деятельности	3 мин	Информационно-словесный	Вступительная беседа о методике проведения учебного занятия. Сообщает тему учебного занятия. Определяет цели и содержание учебного занятия. Мотивирует к учебной деятельности	Слушают, осмысливают
3 Актуализация опорных знаний	20 мин	Информационный, наглядный, частично-поисковый	Актуализирует опорные знания по теме «Наружная реклама»: организует просмотр интерактивного видеоролика на образовательной платформе Learnis со встроенным тестом на мобильных телефонах; комментирует ответы; обобщает информацию на экране	Смотрят интерактивное видео со встроенным тестом, отвечают на поставленные вопросы с помощью мобильных телефонов, анализируют и обсуждают ошибки
4 Формирование новых знаний	30 мин	Информационно-словесный, информационно-наглядный, методы проблемного обучения	Излагает новый учебный материал в процессе беседы с учащимися с использованием презентации, видеоматериала: 1 Понятие рекламы в местах продаж. Основные преимущества рекламы в местах продаж. 2 Виды P.O.S. материалов. 3 Рекламные указатели. 4 Реклама на мониторах в местах продаж. Достоинства рекламы на мониторах. 5 Витрины как средство рекламы.	Слушают преподавателя, ведут конспекты, осмысливают, анализируют информацию, отвечают на вопросы

Структура учебного занятия	Продолжительность учебного этапа	Методы обучения	Деятельность преподавателя	Деятельность учащихся
5 Первичное закрепление полученных знаний	25 мин	Проблемно-поисковый, информационно-словесный, информационно-практический	Организует онлайн-опрос в режиме реального времени на мобильных устройствах в программе (Online Test Pad), корректирует ответы, обобщает информацию на экране.	Анализируют, отвечают на поставленные вопросы теста с помощью мобильных телефонов, проверяют правильность выполнения теста, обсуждают ошибки
6 Подведение итогов	3 мин	Информационно-словесный, оценочный	Анализирует работу учебной группы и отдельных учащихся на учебном занятии, комментирует и выставляет отметки. Устанавливает соответствие между поставленной целью и результатами учебного занятия	Осмысливают информацию
7 Инструктирование о выполнении домашнего задания	2 мин	Словесно-наглядный	Задает домашнее задание, комментирует порядок выполнения	Слушают, записывают
8 Рефлексия	5 мин	Эмоционально-оценочный	Организует рефлексию «Диаграмма»	Высказывают своё мнение о результатах работы на учебном занятии

Преподаватель

А.А.Клювиткина

Ход учебного занятия

1 Организационный момент

Приветствие учебной группы, заслушивание рапорта учебной группы, проверка отсутствующих, заполнение журнала учета учебных занятий, проверка готовности учащихся к учебному занятию.

2 Сообщение темы и цели учебного занятия. Мотивация учебной деятельности

Вступительная беседа о методике проведения учебного занятия, сообщение темы учебного занятия, определение цели и содержания учебного занятия, мотивация к учебной деятельности.

3 Актуализация опорных знаний

Актуализация опорных знаний учащихся производится путем проверки знаний по пройденному материалу с помощью просмотра интерактивного видеоролика со встроенным тестом на мобильных телефонах.

Тест разработан в программе Learnis и тестовые задания подобраны преподавателем с учетом знаний, полученных учащимися после изучения темы «Наружная реклама» Комментирует ответы. Обобщает информацию на экране (рисунок 1).

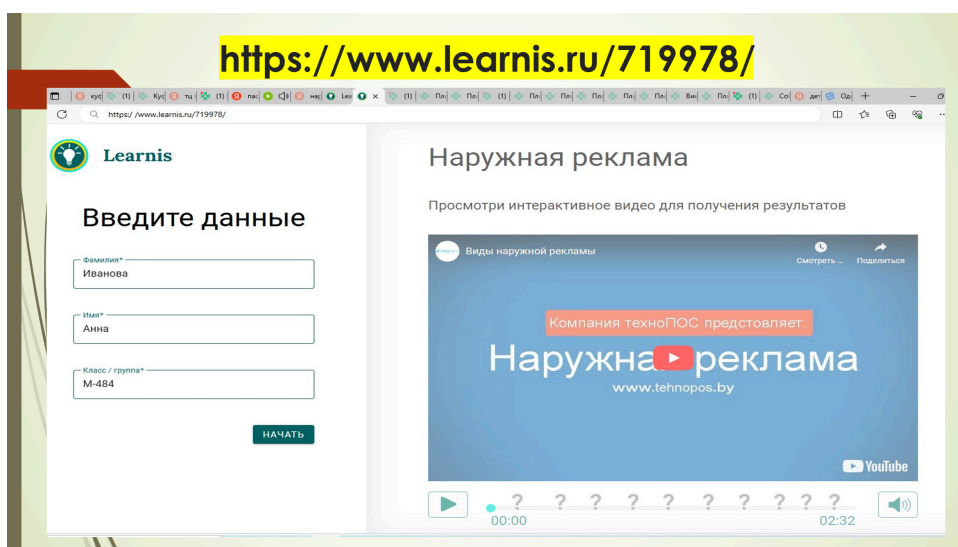


Рисунок 1

Преподаватель объясняет правила выполнения теста, организует выполнение теста учащимися на мобильных устройствах (рисунок 2, 3).



Вопрос

Что такое транзитная реклама?

- ☐ рекламное объявление, которое предшествует фильму в кинотеатре
- ☐ современный канал распространения рекламы по мобильным телефонам
- ☐ форма городской рекламы, которая использует транспортные средства, чтобы донести до людей обращение

ОТВЕТИТЬ

Наружная реклама

Просмотри интерактивное видео для получения результатов

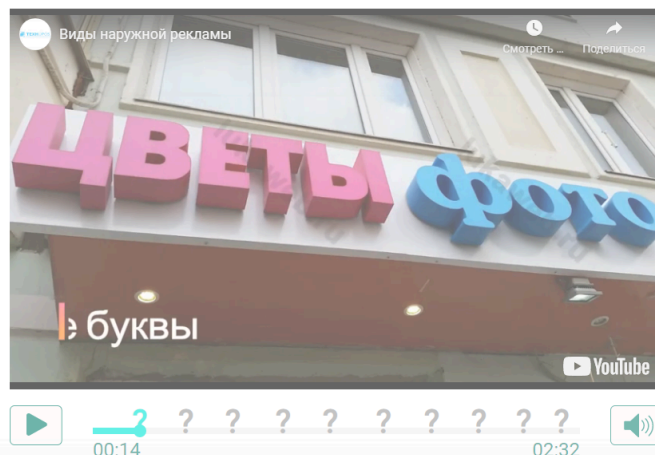


Рисунок 2

После окончания просмотра видео преподаватель вместе с учащимися обсуждают результаты (рисунок 3).

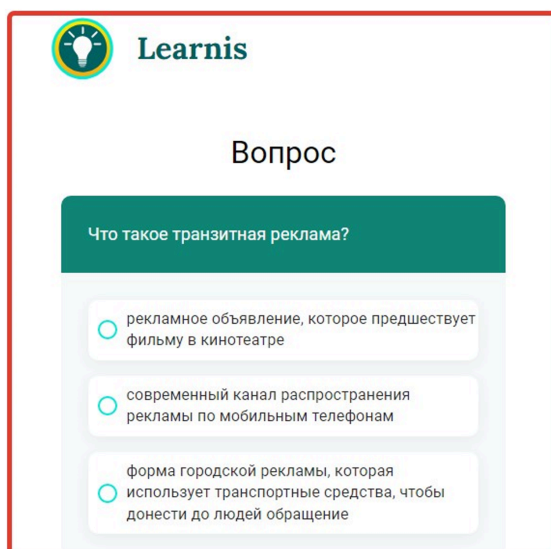


Рисунок 3

4 Формирование новых знаний

Изложение нового материала сопровождается демонстрацией мультимедийной презентации «Реклама в местах продаж» (в программе PowerPoint) на интерактивной доске по следующим вопросам (рисунок 4):

4.1 Понятие рекламы в местах продаж. Основные преимущества рекламы в местах продаж.

4.2 Виды P.O.S. материалов.

4.3 Рекламные указатели.

4.4 Реклама на мониторах в местах продаж. Достоинства рекламы на мониторах.

4.5 Витрины как средство рекламы.



Рисунок 4

Учебное занятие с использованием интерактивной доски помогает сделать учебное занятие более яркими и динамичными, запоминающимися и увлекательными. Также преподаватель имеет возможность не только дополнять свои пояснения иллюстрациями, но и составлять различные задания в игровой форме для активного вовлечения учащихся в учебный процесс. Новый материал усваивается лучше, быстрее закрепляется, повышается интерес учащихся к учебному предмету.

Преподаватель предлагает учащимся объяснить афоризм американского креативного директора по рекламе Уильяма Бернбаха «Реклама — не точная наука. Это внушение. А внушение — это искусство!» (рисунок 5).



Рисунок 5

4.1 Преподаватель дает определение понятию «реклама в местах продаж», называет ее основные преимущества (рисунок 6, 7).



Рисунок 6

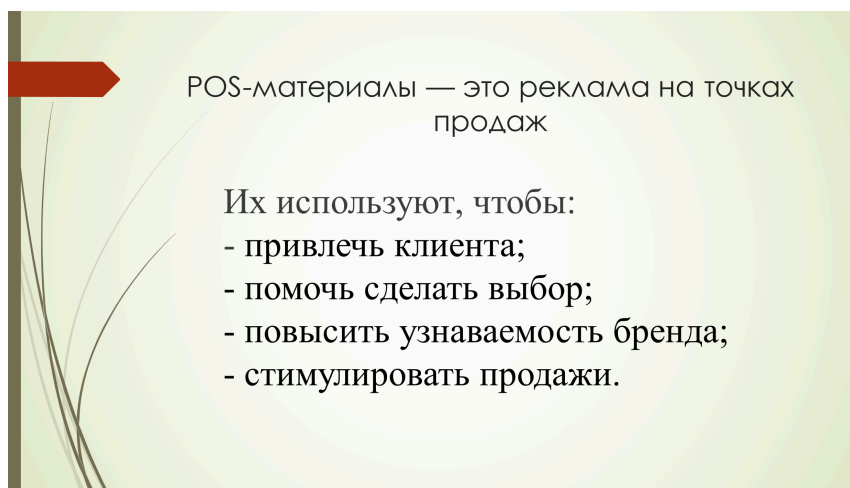


Рисунок 7

4.2 Преподаватель называет виды POS-материалов, дает им характеристику (рисунок 8-12).



Рисунок 8



Рисунок 9



Рисунок 10

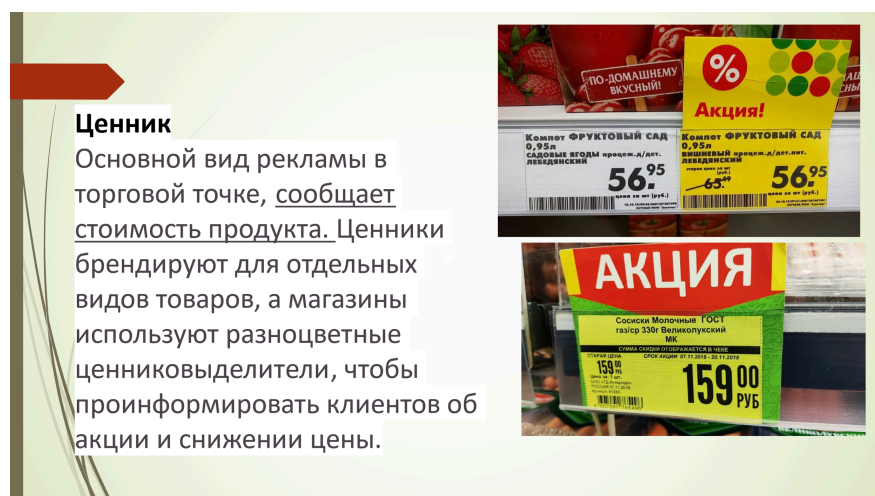


Рисунок 11



Рисунок 12

Учащимся предлагается показ видео «Реклама в местах продаж» (рисунок 13).



Рисунок 13

4.3 Преподаватель дает определение «рекламные указатели», дает им характеристику (рисунок 14-17).

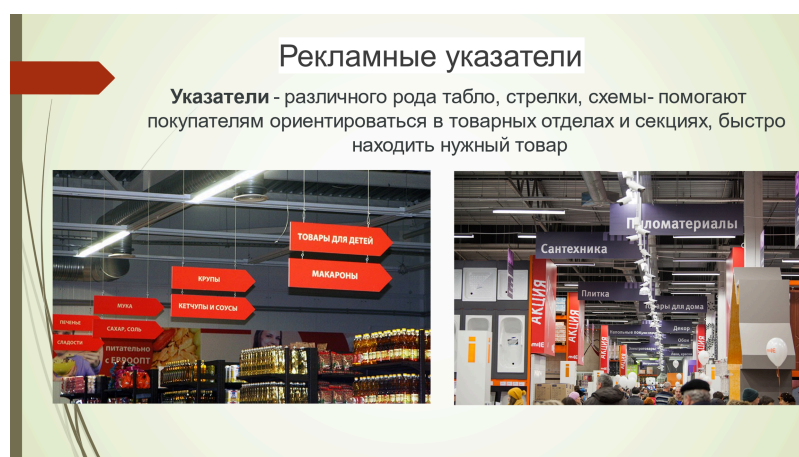


Рисунок 14

Информационные указатели - информируют покупателя о нахождении объекта или конкретного отдела



Рисунок 15

Продающие указатели - информируют покупателя об акциях и распродажах, проходящих в магазине



Рисунок 16

Рекламные указатели

Рекламные указатели в магазине выполняют следующие функции:

1. Помогают покупателям ориентироваться в пространстве магазина.
2. Информировать о товарах - новинках.
3. Напоминают о товарах, пользующихся особой популярностью.

Рисунок 17

4.4 Преподаватель дает определение «реклама на мониторах», называет достоинства рекламы на мониторах в местах продаж, приводит примеры (рисунок 18-20).

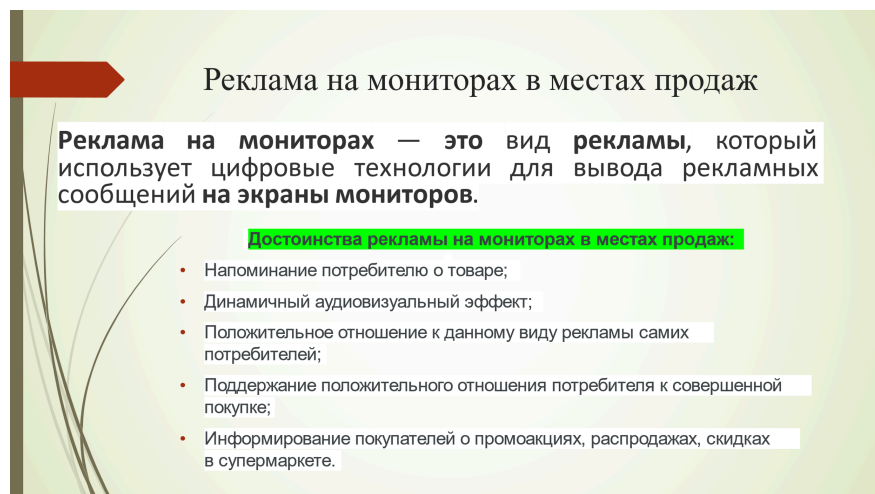


Рисунок 18



Рисунок 19

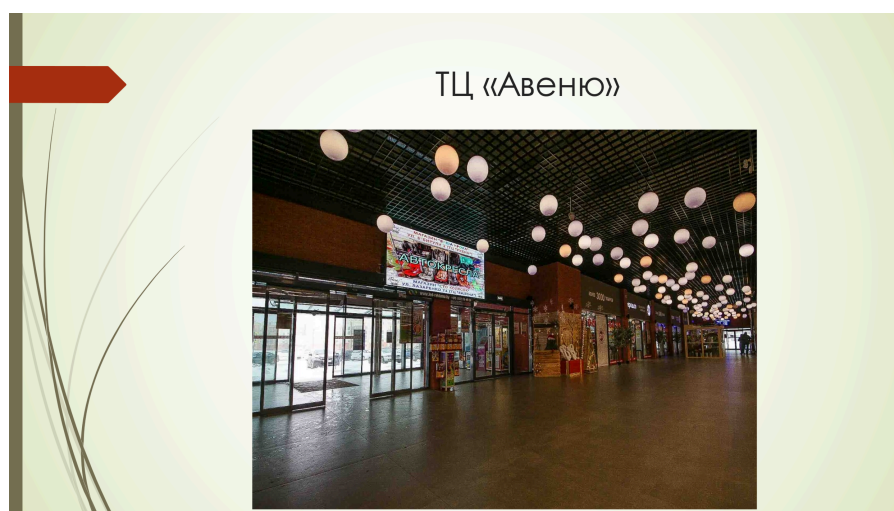


Рисунок 20

4.5 Преподаватель дает характеристику витринам как средствам рекламы, (рисунок 21-24).

5. Витрины как средство рекламы

Витрина — это застекленный проем в фасадной части торгового предприятия, в котором обычно выставляют товар.

ФУНКЦИИ:

- напоминание потребителям о бренде
- презентация самых популярных товаров и услуг компании
- продвижение новой линейки товаров
- уведомление покупателей об акциях и скидках
- создание определенного имиджа и убеждение потребителя в высоком качестве продукции
- влияние на подсознание людей и создание у них желания приобрести товар

Рисунок 21



Рисунок 22

Нюансы оформления витрин

- важно помнить о разумном цветовом сочетании;
- продумайте освещение;
- не забывайте о красивых ценниках;
- грамотно составляйте композицию;
- витрина по стилю должна соответствовать стилю магазина;
- манекены помогают восприятию.

Магазин начинается с витрины!

Рисунок 23



Рисунок 24

Учащимся предлагается показ видео «Витрины магазина» (рисунок 25).



Рисунок 25

5 Первичное закрепление полученных знаний

Преподаватель организует онлайн-опрос в режиме реального времени на мобильных устройствах в программе Online Test Pad), корректирует ответы, обобщает информацию на экране (рисунок 26).

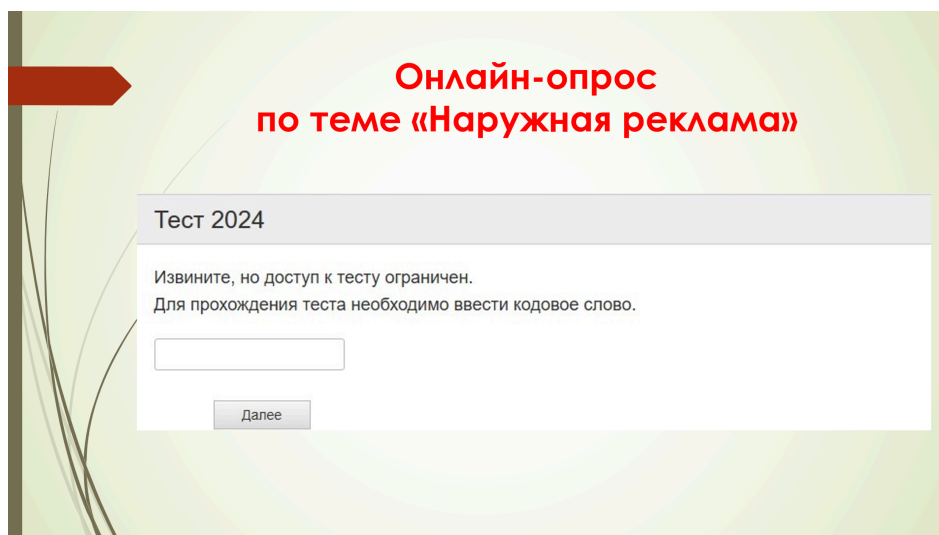


Рисунок 26

Для определения кодового слова учащимся предлагается отгадать, откуда рекламный образ (рисунок 27).

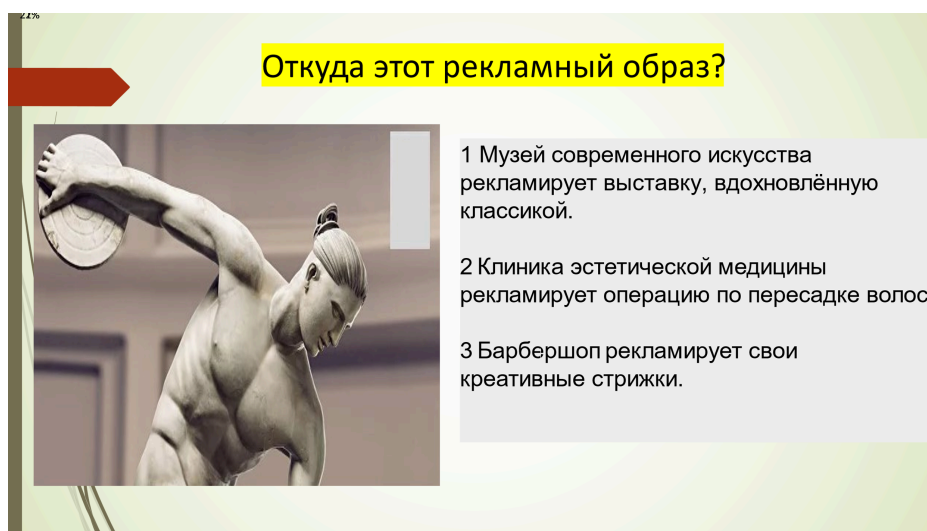


Рисунок 27

Преподаватель объясняет правила выполнения теста, организует выполнение теста учащимися на мобильных устройствах (рисунок 28-30).



Рисунок 28



Назовите вид POS материала

- ☐ воблер
- ☐ баннер
- ☐ штендер

Рисунок 29



Назовите вид POS материала

- ☐ дощуби
- ☐ дисплей
- ☐ баннер

Далее

Завершить

Рисунок 30

Преподаватель выводит на экран таблицу результатов прохождения теста, обсуждает результаты (рисунок 31).

	#	Пользователь	IP	Дата завершения	Потрачено времени	Фамилия	Количество правильных ответов	Процент правильных ответов (%)
<input type="checkbox"/>	251888966	%	178.168.216.145	27.05.2024 09:04	00:05:28	Демянков	8	80
<input type="checkbox"/>	251888960	%	Виктория	46.56.206.124	27.05.2024 09:04	Спышнова	10	100
<input type="checkbox"/>	251888958	%	46.56.192.10	27.05.2024 09:04	00:05:26	Ганкевич	8	80
<input type="checkbox"/>	251888957	%	Иван	178.168.214.6	27.05.2024 09:04	Коеров	9	90
<input type="checkbox"/>	25188894	%	146.120.151.159	27.05.2024 09:04	00:04:11	Петровская	10	100
<input type="checkbox"/>	251888865	%	109.126.138.89	27.05.2024 09:03	00:04:05	Гоголь	9	90
<input type="checkbox"/>	251888820	%	178.168.232.47	27.05.2024 09:03	00:03:52	Острошанин	9	90
<input type="checkbox"/>	251888818	%	46.56.171.251	27.05.2024 09:03	00:03:37	Титов	9	90
<input type="checkbox"/>	251888790	%	178.163.148.189	27.05.2024 09:03	00:03:41	Барбулат	9	90
<input type="checkbox"/>	251888788	%	109.126.138.231	27.05.2024 09:03	00:03:02	Черенков	9	90

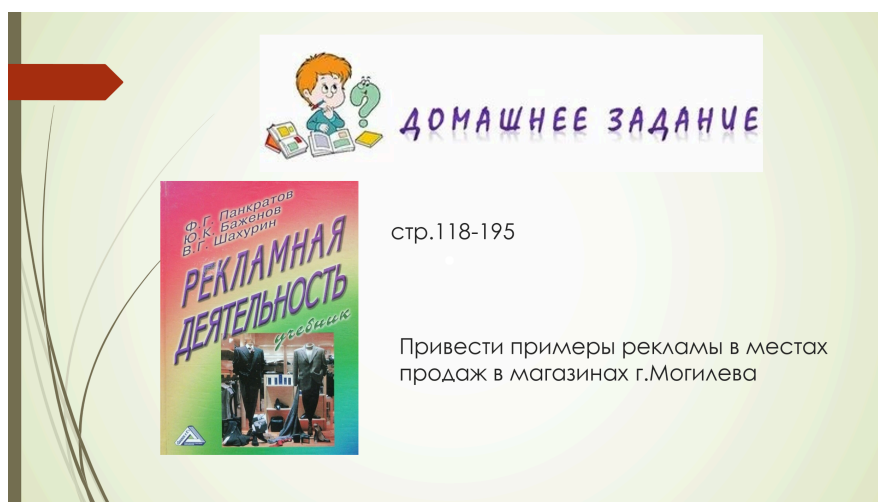
Рисунок 31

6 Подведение итогов

Преподаватель анализирует работу учебной группы и отдельных учащихся на учебном занятии, комментирует и выставляет отметки. Устанавливает соответствие между поставленной целью и результатами учебного занятия.

7 Инструктирование по выполнению домашнего задания

В конце учебного занятия преподаватель выдает учащимся домашнее задание: демонстрирует слайд с заданием и комментирует порядок его выполнения (рисунок 32).



ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

стр.118-195

Привести примеры рекламы в местах продаж в магазинах г.Могилева

Рисунок 32

8 Рефлексия

В заключении проводится рефлексия (рисунок 33). Учащимся предлагается на мобильных устройствах с помощью программы Mentimeter открыть сайт www.menti.com, ввести код и проголосовать.

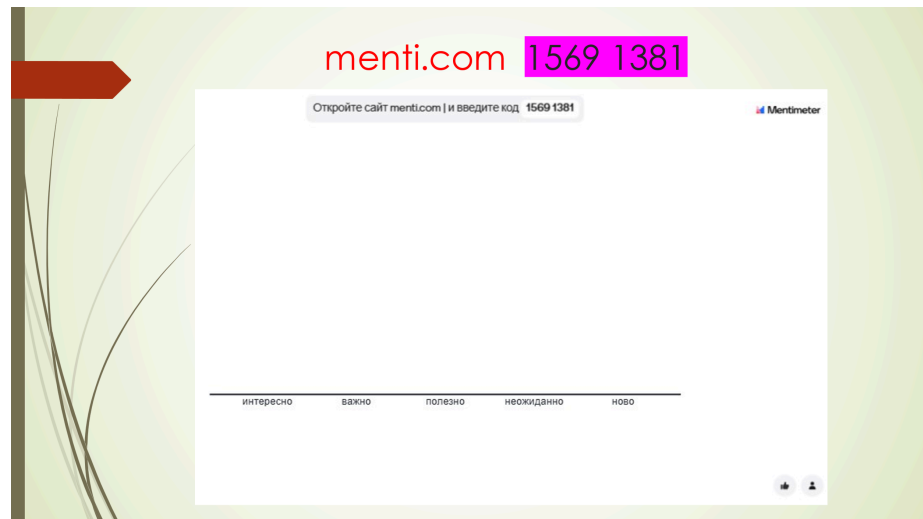


Рисунок 33