**Методическая разработка урока:**

1. Губанова Юлия Михайловна, учитель истории и обществознания
2. Обществознание
3. 9 общеобразовательный класс
4. **Программно-методическое обеспечение:** рабочая программа основного общего образования по обществознанию, тематическое планирование по обществознанию на базовом уровне, учебник по обществознанию И. П. Насонова, 2016, Интернет-ресурс (<http://www.edu.doal.ru/novinki/index.php>).
5. **Тема урока: «Рынок. Конкуренция. Реклама».**
6. **Цели урока:**
* Формировать знания о сущности и чертах рыночной экономики.
* Определить является ли реклама эффективным методом конкуренции вне времени?
1. **Задачи урока:**

образовательные:

* Дать представления о конкуренции и ее роли в современной экономике.
* Подвести к пониманию, что рыночный механизм – механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка.

развивающие:

* Развивать способность выстраивать логическую цепочку рассуждений
* Развивать навыки аналитической деятельности и исследовательской работы

воспитательные:

* Способствовать развитию мыслительной деятельности, творческого и аналитического мышления учащихся
* Развивать коммуникативные навыки учащихся (работа в группе, публичные выступления, анализ статистических данных).
* Развивать познавательные интересы учащихся по предмету
1. **Тип урока:** урок-практикум
2. **Оборудование:** интерактивная доска, мультимедийный проектор, компьютер, звуковые колонки, презентация Power Point, рабочие тетради, учебник, раздаточный материал (рабочий лист с заданиями к уроку), магниты, оформленная буклетами и иллюстрациями меловая доска, русско-английский словарь.
3. **Формы работы:** фронтальная, групповая, индивидуальная.
4. **Методы обучения:** Частично-поисковый метод, метод проектов
5. **Приемы деятельности учителя:** рассказ, беседа, проверочные задания, организация работы с понятийным аппаратом, организация индивидуальной работы и работы проектных групп.
6. **Межпредметные связи:** история, английский язык, литература.
7. **Краткая характеристика урока:**

Урок по обществознанию **«Рынок. Конкуренция. Реклама»** проводился в 8 общеобразовательном классе. На изучение экономики отводится 10 часов. В данной разработке представлен пятый урок, урок-практикум, построенный с применением проблемного метода обучения. Урок-практикум имеет свои особенности. Во-первых, изучение нового материала строится частично на актуализации межпрежметных знаний по истории, иностранному языку и литературе. Во-вторых, углубление изученного материала планируется в ходе анализа проектных и групповых работ.

Урок-практикум имеет свои плюсы: во-первых, учащиеся самостоятельно приобретают новые знания, производят отбор. Во-вторых, практическая работа способствует развитию творческого потенциала и коммуникативных навыков.

1. **Ход урока**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Этапы урока** | **Деятельность учителя** | **Деятельность учащихся** |
| 1.Орг.момент | Приветствие, проверка готовности класса к уроку | Подготовка к уроку |
| 2. Проверка домашнего задания (опрос) | Вопросы учителя:1. Что такое экономика? Какие типы экономических систем существуют?2. Назовите основные черты рыночной экономики. 2. Определите черты сходства и различия понятий спрос и предложение | Отвечают на вопросы учителя |
| 3. Введение в новую тему урока | Вступительное слово учителя: «*Хотите чтобы ваши волосы были блестящими, шелковистыми, не секлись илегко расчесывались? Чтобы ваша кожа была ровной, упругой и бархатистой? Попробуйте помыться!*» Вопрос учителя: *Ребята, на что похож это анекдот?* *Правильно, это реклама. А как вы думаете, сколько лет может быть такой рекламе? Как поддерживали гигиену тела люди в разные времена?*Объявление темы урока, целей и постановка проблемы урока «Является ли реклама эффективным методом конкуренции вне времени?» **(Презентация 1, слайды №1, 2)**  | Ответы и пояснения учащихся.  |
| Записывают тему урока в тетради, подписывают рабочие листы |
| 4. Изучение нового материала | Учитель:  *Дата нашего урока 21 декабря. И сегодняшнему дню предписывают очередной конец света. В связи с этим событием можно встретить много рекламных щитов и буклетов, предлагающих скидки в честь предстоящего события. Но подобная экономическая уловка уже давно не новинка. Страх перед концом света многие столетия является одним из рычагов экономического воздействия, не менее эффективным чем реклама.**У нас в классе есть небольшое сообщение о истории конца света и его экономическом воздействии и последствиях*. Учитель предлагает прослушать доклад и выполнить задание № 1 в рабочих листах**(Презентация. Слайд № 3)**Учитель: *время идет, и рынок придумывает более совершенные методы влияния на потребителя. Так менялась со временем и реклама.* Учитель предлагает прослушать второй доклад **(Презентация. Слайд № 4)** и выполнить задание № 2 в рабочих листах.**Работа с понятийным аппаратом**: Определения «рынок», «цена», «конкуренция» (текст учебника), **(Презентация. Слайд № 5).****Частично-поисковая деятельность (проектная работа):**Представление проектной группы класса. Видеосюжет, включающий интервью с директором военно-исторической библиотеки им. М. В. Водопьянова и социальный опрос населения. Учитель предлагает выполнить задание № 3 в рабочих листах.Учитель: *Ребята, мы просмотрели видеопроект нашей творческой группы. Результаты своего опроса члены группы представили в виде диаграммы.* **(Презентация. Слайд № 6).** *Рассмотрите диаграмму и сделаете вывод о влиянии разных методов конкуренции на потребителей.* Учитель: *Верно, потребитель часто ориентируется при выборе товара на разные факторы: популярность, доступная цена товара, широкий ассортимент, функциональность, удобство.* **Работа в группах:** *А сейчас я предлагаю поработать в группах по 3-4 человека.* Учитель раздает на каждую парту по листу с распечатанной рекламой. Учитель: *У вас на партах образцы американской рекламы 30-50 годов XX века.***(Презентация. Слайд № 7)**. *С помощью словарей переведите лозунги рекламных плакатов и назовите методы воздействия на потребителей. Свои выводы представьте в рабочих листах* (задания № 5-6).  | **Индивидуальное сообщение (опережающее задание):**Ученица читает сообщение «Конец света и его политическое и экономическое влияние» классу, делает вывод.**Индивидуальная самостоятельная работа:**Учащиеся выполняют 1 задание в рабочих листах. (Определите влияние на потребителей и экономику предсказаний о конце света в разные эпохи**)** |
| **Индивидуальное сообщение (опережающее задание):**Чтение доклада «Истории рекламы с древности до наших дней»**Индивидуальная самостоятельная работа:**Учащиеся выполняют 2 задание в рабочих листах (Определите методы воздействия рекламы на потребителей и ключевые этапы развития рекламы)Запись определений в рабочую тетрадь. **Цена** - денежная сумма, за которую потребители готовы приобрести, а производители реализовать товар (услугу). **Рынок** - система отношений между продавцами и покупателями, при помощи которых они вступают в контакт по поводу купли-продажи товаров или ресурсов. **Конкуренция -** экономическое соперничество участников хозяйственной деятельности в борьбе за достижение лучших результатов. Просмотр видео, выполнение задания № 3 в рабочих листах. **Работа с диаграммой:**Учащиеся предлагают свои варианты, поясняют ответ. Учащиеся совещаясь, переводят рекламные лозунги, обсуждают варианты воздействия производителей на потенциальных покупателей: престижность и жесткая конкуренция «автомобильных войн», очарование детей, юмор, внешняя привлекательность. Краткое обсуждение результатов в классе.  |
| 5. Проверка и закрепление нового материала. | **Фронтальная работа класса:**Учитель: *А сейчас закрепим полученные знания.* На слайде проверочные задания на соотнесение терминов и определений и задания с выбором ответа. **(Презентация**. **Слайды № 8-9).** | Учащиеся отвечают устно на предложенные задания, поясняют ответ. |
| 6. Подведение итогов урока.  | Учитель: мы сегодня определили роль конкуренции в современной экономике, обсудили взаимосвязь и взаимодействие основных элементов рынка: спроса, предложения, цены, конкуренции. А сейчас мы возвращаемся к главному вопросу нашего урока: «Является ли реклама эффективным методом конкуренции вне времени?» Давайте подведем итог нашего исследования.  | **Формулирование вывода урока:**Ответы учащихся. **Вывод:***Несомненно, роль конкуренции велика во все времена существования рынка. А реклама – это неотъемлемая часть конкуренции товаров и услуг. Таким образом, можно сделать вывод, что реклама, действительно, один из самых эффективных методов воздействия на потребителя вне времени.*  |
| 7. Выставление оценок и запись домашнего задания.  | **Домашнее задание:** «Рынок», «цена», «конкуренция», «реклама». Найдите по 2 литературных произведения, в которых говорится о вышеуказанных обществоведческих терминах. Объясните свой выбор. **(Презентация. Слайд № 10).** |  |

1. **Приложение в уроку:**

**Рабочий лист с заданиями по теме: «Рынок. Конкуренция. Реклама»**

1. Определите влияние на потребителей и экономику предсказаний о конце света в разные эпохи. Запишите свои ответы ниже.

.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

1. Определите методы воздействия рекламы на потребителей и ключевые этапы развития рекламы. Запишите свои ответы ниже.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

1. Запишите плюсы и минусы электронных и бумажных книг.

|  |  |
| --- | --- |
| **Бумажные (традиционные) книги** | **Электронные книги** |
| **Плюсы** | **Минусы** | **Плюсы** | **Минусы** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. Переведите заголовок американской рекламы 30-50-ых годов.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

1. Определите методы воздействия данной рекламы на потребителя.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |