Тема. Вплив комерційної реклами на здоров'я. Комп'ютерна, ігрова та Інтернет залежність.

Мета. Сформувати уявлення про рекламу, познайомити з видами реклами, пояснити, як реклама може вплинути на рішення і поведінку людини. Вчити критично ставитися до реклами, приймати правильні самостійні рішення. Розвивати уважність, мислення, вміння аналізувати, робити висновки. Виховувати дбайливе ставлення до свого здоров'я.

ХІД УРОКУ

І. Організаційний момент.

ІІ. Актуалізація опорних знань.

1. Виконання тестових завдань

«Хвороби цивілізації» спричинили:

а) спадковість б)інфекція в)вигоди цивілізації

2. До «хвороб цивілізації» відносять:

а) тиф, цукровий діабет, гіподинамія, ожиріння, онкохвороби, серцево-судинні хвороби

б) цукровий діабет, гіподинамія, ожиріння, онкохвороби, серцево-судинні хвороби

в) цукровий діабет, вітряна віспа, гіподинамія, ожиріння, онкохвороби, серцево-судинні хвороби

3. 90% випадків раку легень пов’язані:

а)вживання Соса-соlи б)куріння в)перекус фаст-фудами

4.Захворювання, що загрожує людям, які ведуть малорухливий спосіб життя:

а) рак легень б) гіподинамія в)вітряна віспа

5. Наслідок куріння, який з’являється одразу:

а) сірі шкіра б)ранні зморшки в)неприємний запах з рота

6. Стрес виникає від:

а) надмірного емоційного навантаження б)інфекції в) куріння

7. Хвороби, які раніше були притаманні переважно літнім людям:

а) гіподинамія б) серцево-судинні в)наркоманія

8. Щоб уникнути гіподинамії, потрібно:

а) висипатися б)раціонально харчуватися в) швидко ходити

9. Наслідки надмірної ваги:

а) судома б)підвищення артеріального тиску в)безсоння

10. Щоб не захворіти на «Хворобу цивілізації» потрібно:

а) багато рухатися б) багато спати в) багато їсти

2. Складання асоціативного куща: «Хвороби цивілізації», «Причини виникнення».

Обговорення методів профілактики цих захворювань(повноцінний сон, здорове харчування, сприятливий психо - емоційний фон, фізична активність, загартовування)

ІІІ. Мотивація навчальної діяльності. Повідомлення теми і мети уроку.

Ми будемо вести розмову про комерційну рекламу, як про одне з найвпливовіших джерел інформації, познайомимося з історією виникнення реклами, способами поширення реклами, її перевагами та недоліками, дізнаємося, як реклама може вплинути на поведінку людини, її здоров’я, навчимося критично ставитися до реклами.

ІV. Робота над темою уроку

1. Гра « Магазин»

Умови гри: На полиці магазину банан, яблуко, апельсин, лимон , ківі та певний невідомий предмет, загорнутий у пакувальний непрозорий пакетик.

- Який товар ви б купили і чому , поясніть свій вибір.

– А чому ніхто із вас не купив ось цей пакетик?

- А якщо я скажу, що в пакеті дуже смачний екзотичний фрукт, його смак неповторний. Хто виявить бажання купити цей товар?

- Чому ви змінили свою думку?

- Як назвати отриману інформацію?

Отже, інформація про товар, тобто реклама вплинула на наше рішення.

Завдяки рекламі ми купуємо певні товари.

2. Згадаємо з уроків 6 класу, які є види реклами

Існують соціальна (приверта увагу до проблем суспільства) і комерційна (спонукає придбати товар).

3. Гра « Шифрувальник»

– Розшифруйте за допомогою підказки.

А -1 О -2 Л -3

Рек31м1 – це п2пу3яриз1ція т2в1рів, п2с3уг, вид2вищ з мет2ю привернути ув1гу п2купців, з1м2вників, г3яд1чів.

4. Відомості про історію виникнення реклами

- Перші рекламні повідомлення з'явилися ще за часів Стародавнього Єгипту. Археологи виявили папірус господаря якогось раба. Документ розхвалював фізичну витривалість, відмінне здоров'я і інші якості невільника, щоб для нього швидше знайшовся покупець.

- Перші «рекламщики» з'явилися пізніше - в епоху Древньої Греції. Вже тоді по міських вулицях і площах бродили глашатаї, зазивали народ піснями, що спонукають купити що-небудь або скористатися якоюсь послугою.

- Перші близькі до сучасних рекламні оголошення народилися в Стародавньому Римі. Їх писали прямо на стінах будинків. Переходячи від хати до хати, городяни могли дізнатися про місце і час гладіаторських боїв, про продаж невільників, домашньої худоби і будь-яких товарів.

- Винахід друкарського верстата ознаменував новий період у розвитку реклами. Вважається, що першу офіційну рекламу випустила лондонська газета, яка пообіцяла нагороду за повернення 12 вкрадених коней.

Дуже часто в рекламі перебільшують позитивні якості товару і нічого не говорять про негативні. Ми з вами споживачі, повинні навчитися критично ставитися до всього, про що говорять і показують у рекламі. Щоб протистояти впливу реклами на наше рішення і не купувати непотрібне. Ми повинні добре знати деякі рекламні хитрощі.

5. «Комерційні хитрощі»

- Перша рекламна хитрість називається « Ефект зірки».

Відомі актори, співаки, спортсмени розказують, що вони користуються цим товаром.

- Друга хитрість має назву « Ефект експерта».

Актори в ролі лікарів розповідають про ефективність ліків чи зубної пасти.

- Дуже часто в рекламах використовується хитрість « Ефект розпродажу»

Оголошують останній день акції, що кількість товару обмежена, а знижка діє - купиш товар – отримаєш подарунок, першим п’ятьом покупцям подарунки, акційна ціна вже закінчується завтра.

V. Закріплення вивченого матеріалу.

1.Вправа «Реклама» і «Антиреклама»

Важливо розрізняти позитивний і негативний вплив реклами.

Адже якісно зроблена реклама одразу захоплює нашу увагу, зачіпає емоції і надовго залишається у пам'яті, і це саме те, чого хоче досягнути рекламщик. Але сьогодні ми навчилися як цьому протистояти і не потрапити на гачок комерційної реклами. Завжди обирайте зважені рішення і будьте розумними та здоровими.

2. Перегляньте відеоурок.

<https://youtube.com/watch?v=wcLy6FlrpQE&feature=shared>

VІ. Повторюємо вивчений матеріал. Індивідуальний розвиток підлітків.

Домашнє завдання

\* Опрацювати матеріал підручника ( ст. 134-138).

\* Підготувати повідомлення про проблеми наркоманії.

\* Повторити. Показники фізичного розвитку підлітків.