**Технологии в достижении метапредметных результатов**

**на занятиях по внеурочной деятельности**

**(на примере проектной деятельности)**

Малых Валентина Александровна, методист, учитель экономики

ГБОУ гимназия №513 Невского района Санкт-Петербурга

Мини-проект “Реклама и рекламная деятельность”.

В рамках реализации программы внеурочной деятельности «Основы предпринимательства» учащимся 9 класса предлагается смоделировать ситуацию, которая одновременно отражает не только практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при ее разрешении. Решение данной задачи позволяет установить связь между содержанием образования (экономического, математического) и реальными событиями, происходящими в окружающем мире.

Информация как продукт мыслительной деятельности – прежде всего знания, сведения, сообщения, данные, используемые в процессе анализа и выработки экономических решений, в управлении и т.д. Особенности использования экономических ресурсов связаны с их ограниченностью, при этом любой ресурс выступает уникальным экономическим благом. Проблема ограниченности и уникальности факторов производства побуждает стремиться к максимальной эффективности их использования, в нашем случае – в точности и полноте информации о предлагаемых товарах и услуг и их продвижением на рынке.

Общая программа продвижения товаров и услуг предприятия, представляет собой сочетание средств рекламы, стимулирования сбыта, формирования общественного мнения. Из всех средств продвижения товаров на первом месте, безусловно, стоит реклама. Реклама - это открытое оповещение потребителя о товаре, услугах. Рекламная деятельность проводится с использованием различных средств:отдельных изданий (проспекты, каталоги, плакаты, листовки), периодической печати (статьи, объявления, вкладки), кино, телевидения, радио, почтовой рекламы. Реклама является составной частью маркетинга, обеспечивающей продвижение товара на рынке.

Вопросы, связанные с рекламой в деятельности предприятия, интересуют как работников предприятия, так и поставщиков, потребителей. В связи с этим предприниматель проводит анализ сильных и слабых сторон воздействия рекламы на потребителя и предвидя возможные риски, намечает меры по уменьшению расходов при работе над рекламой.

Для предпринимателя жизненно важно заранее изучить все виды рекламы и выявить слабые ее стороны, с которыми он может столкнуться в процессе работы.

Цели мини-проекта:

1) В предметном направлении:

- Расширить представление обучающихся о мире экономических отношений и роли рекламы в предпринимательской деятельности.

2) В метапредметном направлении:

- Используя приемы проектной технологии, технологии группового взаимодействия и самостоятельной работы, ИКТ, обеспечить высокий интерес к теме, сопоставить имеющиеся знания с новой информацией, обеспечить высокий уровень мыслительной деятельности.

- Научить систематизировать, обрабатывать и изображать полученную в ходе выполнения задания информацию.

3) В направлении личностного развития:

- Умение осуществлять самоанализ и самоконтроль

- Развитие навыков делового сотрудничества.

Задачи:

1.Обучить выстраиванию алгоритма деятельности в соответствии с поставленной задачей и осуществлению поэтапного выполнения действий в соответствии с поставленными задачами.

2. Научить находить и применять информацию в нестандартных ситуациях.

3. Воспитывать внимание и ответственность за качественное выполнение заданий.

4. Сформировать навыки самоанализа и самооценки.

Для подготовки мини-проекта «Реклама и рекламная деятельность» обучающимся необходимо:

- освоить теоретический материал – понятия реклама, виды рекламы, исследование потенциального рынка;

- руководствуясь Инструкцией и Регламентом работы, выполнить задания:

-составить перечень требований к современной рекламе, его систематизации, оформлению;

-подготовить выступление по представлению перечня требований к современной рекламе;

-провести анализ и оценку рекламного объявления;

-разработать эскиз собственной рекламной листовки.

- оценить собственную работу (самооценка) и выступить в роли эксперта для другой работы по заданным критериям.

С этой целью учащиеся выполняют на компьютере серию заданий, активизируя следующие универсальные учебные действия:

1. Регулятивные - способность выполнять и оценивать правильность выполнения действий на основе предметных знаний из области математики и информатики.

2.Коммуникативные - способность формулировать собственное мнение и позицию, задавать вопросы, необходимые для организации собственной деятельности, владеть устной и письменной речью, организовывать и планировать групповое сотрудничество.

3.Познавательные - способность осуществлять расширенный поиск информации с использованием ресурсов Интернета, создавать и преобразовывать модели и схемы для решения задач, способность к выполнению проектных работ.

Этапы занятия с описанием видов деятельности учителя и обучающегося

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Уровень | Определение | Действия учителя | Действия обучающихся (задания) |
| 1 | Ознакомление | Определение и отбор информации | Инструктирует, показывает, направляет | Прочитайте общие сведения о рекламе.  Определите порядок работы над мини-проектом |
| 2 | Понимание | Понимание представленной информации, формулирование задачи собственными словами | Сравнивает, демонстрирует, консультирует | Ознакомьтесь с инструкцией по выполнению задания  Определите  соответствующую область деятельности |
| 3 | Применение | Использование информации в новой ситуации | Наблюдает, помогает | Составьте перечень требований к современной рекламе.  Составьте эскиз рекламного объявления (буклет, флаер и т.д.) . |
| 4 | Анализ | Разбиение информации на связанные части | Направляет, информирует, консультирует | Проанализируйте полученные результаты |
| 5 | Синтез | Компиляция информации | Обобщает, рассуждает, оценивает | Оформите с использованием ИКТ выбранную рекламу |
| 6 | Оценка | Оценивание на основе критериев | Уточняет, оценивает на основе критериев | Оцените работу на основе критериев |

Критерии оценки выполненной работы по мини - проекту.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Критерии оценки выполненной работы по  мини – проекту. | балл | | |
| максим. | | миним. |
| 1. | Соответствие основным вопросам рекламы | 3 | |  |
|  | -РЕКЛАМА - ЧЕГО? |  | |  |
|  | -РЕКЛАМА - ДЛЯ КОГО? |  | |  |
|  | -РЕКЛАМА – КАК? |  | |  |
| 2. | Соответствие требованиям рекламы: | 4 |  | |
|  | -реклама должна сообщать потребителю то, что он желает услышать или увидеть; |  |  | |
|  | -реклама должна сообщать потребителю то, что он желает услышать или увидеть; |  |  | |
|  | -реклама должна быть правдивой; |  |  | |
|  | -реклама должна быть корректной (не расхваливать свой товар, ругая товар другой фирмы) |  |  | |
| 3. | Оригинальность, содержательность собранного материала | 3 |  | |
| 4. | Оригинальность, сдержанность собранного материала | 4 |  | |
| 5. | Язык и стиль изложения, культура оформления | 5 |  | |
| 6. | Оригинальность идеи | 6 |  | |
| 7. | Презентация (общее впечатление) | 10 |  | |
| Итого | | 35 |  | |

Для оценки проделанной работы по критериям заполняется оценочный лист.

Критерии оценки

(заполняется учащимся)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Критерии самооценки | Обоснование критериев | Баллы (10) |
| 1. Понимание задания  (*знание и понимание*) | - Включенные материалы демонстрирует точное понимание задание  - Включены как материалы, имеющие непосредственное отношение к теме, так и материалы, не имеющие отношения к ней  - Включены материалы, не имеющие непосредственное отношение к теме; собранная информация не проанализирована. | 2  1  0 |
| 2. Полнота выполнения задания  (*применение*) | - Полностью выполнены все задания  - Задания выполнены частично или есть технические ошибки  - Большая часть заданий не выполнена или задания выполнены с ошибками (смысловыми и техническими). | 2  1  0 |
| 3.Логика представления  *(анализ)* | - Логичное представление информации, обоснованность результатов и выводов  - Нарушение логики  - Отсутствие логики, хаотичность изложения | 2  1  0 |
| 4. Авторская оригинальность  (*синтез)* | - Работа в большей части содержит собственные оригинальные идеи, решения, примеры  - В работе присутствуют авторские находки  - Стандартная работа, выполнена по шаблону, без авторской индивидуальности | 2  1  0 |
| 5. Самооценка  *(оценка)* | - Бланк самооценки заполнен полностью и объективно  - Самооценка произведена формально  - Бланк не заполнен или заполнен с грубыми ошибками | 2  1  0 |

Список литературы

1. Акулова О.В. Конструирование ситуационных задач для оценки компетентности учащихся. Учебно-методическое пособие для педагогов школ / О.В. Акулова, С.А. Писарева, Е.В. Пискунова. - СПб.: КАРО, 2013.

2. Крылова О.Н., Н.А. Туктарева Н.А. Навигатор для учителя на пути внедрения ФГОС нового поколения. Разработка и экспертиза рабочей учебной программы. Методические рекомендации/ Под общ. ред. Н.Н. Гудковой, О.Н. Крыловой, Н.А. Туктаревой – СПб: «ЛЕМА», 2012.

3.Быстров А.Н. «Развитие бизнес-плана», СПб., 2011 г., 96 л.

4.Васильев В.П. «Дело и сервис», М., 2015 г., 128 л.

5.Липсиц И.В. «Введение в экономику и бизнес», Вита – Пресс, М., 2013 г., 208 л.

6.В.Д. Симоненко «Основы предпринимательства», Вита – Пресс, М.,2013г.

7.Ф. Котнер «Основы маркетинга», М., Прогресс, 1990г.