

**Муниципальное дошкольное образовательное учреждение
«Детский сад общеразвивающего вида № 83 «Вишенка»**

**Региональная инновационная площадка
«Формирование основ финансовой грамотности у детей
старшего дошкольного возраста»**

**Семинар-практикум
«Формирование основ финансовой грамотности у
дошкольников через путешествие в мир рекламы»**

**КОНСУЛЬТАЦИЯ
«ДЕТИ В МИРЕ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ»**



**Фадеева Елена Александровна, старший воспитатель,
высшая квалификационная категория**

26.02.2021 г.

Достичь необходимых результатов в воспитании без рекламной информации можно лишь посредством постоянных разъяснительных бесед с детьми, в которых необходимо правильно расставлять акценты и раскладывать их по полочкам жизни.



Экономическое воспитание дошкольников:

формирование предпосылок
финансовой грамотности

Примерная парциальная образовательная
программа дошкольного образования

Для детей 5–7 лет



Банк России



Министерство
образования и науки
Российской Федерации



СБОРНИК МЕТОДИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ

на основе примерной парциальной
образовательной программы дошкольного
образования для детей 5–7 лет

**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ
ДОШКОЛЬНИКОВ:** формирование
предпосылок финансовой
грамотности



Банк России



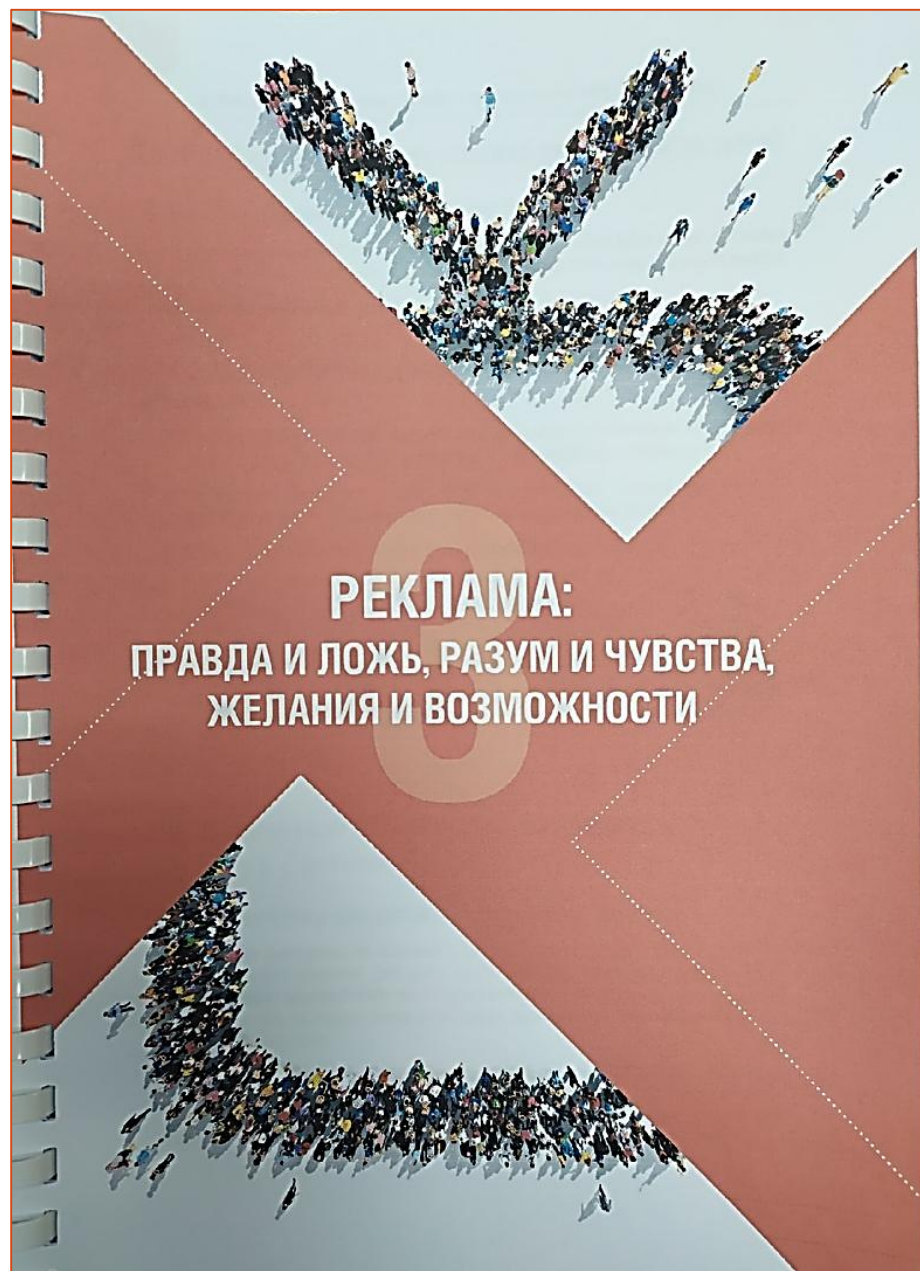
Министерство образования
Российской Федерации



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
для педагогических работников по реализации основной образовательной
программы дошкольного образования в части экономического
воспитания дошкольников

Москва 2019





РЕКЛАМА:
ПРАВДА И ЛОЖЬ, РАЗУМ И ЧУВСТВА,
ЖЕЛАНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ



**РЕКЛА́МА — НАПРАВЛЕНИЕ, В РАМКАХ
КОТОРОГО ПРОИЗВОДИТСЯ РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ
К ОБЪЕКТУ РЕКЛАМИРОВАНИЯ С ЦЕЛЬЮ
ФОРМИРОВАНИЯ ИЛИ ПОДДЕРЖАНИЯ
ИНТЕРЕСА К НЕМУ.**

рекламная
017) 233 97 37



2-3 года	Плохо понимают, что такое реклама, но с удовольствием смотрят рекламные ролики
4-5 лет	Не осознают суть рекламы, рассматривают ее как мини-передачу или интересную историю
6 лет	Понимают, что реклама заставляет их хотеть ту или иную вещь. Реклама становится полезной, потому что узнают о новом и выбирают, что они хотят. Нравятся постоянно повторяющиеся слова, яркие, красочные картинки, эмоции, образы
7 лет	Хорошо разбираются в рекламе, прекрасно понимают ее суть и с интересом поглощают ее в больших количествах. Одинаково нравится реклама для детей и реклама для взрослых. Начинают влиять на родителей при покупках.

РЕКЛАМА – СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ, КОТОРОЕ ОКАЗЫВАЕТ НА ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ОГРОМНОЕ ВОСПИТАТЕЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ.

Основная **цель** воспитательно-образовательной работы по данному блоку – воспитание взвешенного, осознанного отношения детей к рекламе.



Задачи:

1. Дать представление о рекламе.
2. Поощрять объективное отношение детей к рекламе.
3. Развивать у детей способность различать рекламные уловки.
4. Учить отличать собственные потребности от навязанных рекламой.
5. Учить детей правильно определять свои финансовые возможности.



Дать понятия:

- реклама делается для взрослых;
- нельзя безоговорочно верить любой рекламе;
- прежде чем что-то купить, надо подумать, нужна ли эта вещь.



ЭТАПЫ РАБОТЫ ПО ОЗНАКОМЛЕНИЮ ДОШКОЛЬНИКОВ С РЕКЛАМОЙ:

1. Что такое реклама, как понятие, как явление. Какие еще существуют понятия, связанные с рекламой.

Реклама – это сообщение, объявление о каких-то новых товарах и услугах для всех людей, о месте, где их можно приобрести.



Рекламодатели – это люди, которые заказывают рекламу (у них есть товар, услуги и деньги, чтобы заказать рекламу).

Рекламораспространители – это средства массовой информации: радио, телевидение, специальные работники, сотрудники рекламного агентства, которые распространяют рекламу.



ФОРМЫ РЕКЛАМЫ

печатная



телевизионная



радио (аудио)



наружная



ЭТАПЫ РАБОТЫ ПО ОЗНАКОМЛЕНИЮ ДОШКОЛЬНИКОВ С РЕКЛАМОЙ:

2. Зачем и кому нужна реклама.
3. Кто делает рекламу.
4. Любимая реклама.



направления работы по блоку «Реклама»

совместная
партнерская
деятельность
взрослого с детьми

свободная
самостоятельная
деятельность
детей



ФОРМЫ РАБОТЫ ПО БЛОКУ «РЕКЛАМА»

Совместная партнерская деятельность

взрослого с детьми:

- **организованная образовательная деятельность;**
- **экскурсии, наблюдения;**
- **чтение художественной литературы по теме:**
 - ✓ нар. сказки «Лиса и козел», «Волшебный кафтан», «Каша из топора», «Вершки и корешки»
 - ✓ Г.Х.Андерсен «Новое платье короля», «Свинопас»
 - ✓ С.Михалков «Как старик корову продавал»
 - ✓ Ш.Перро «Кот в сапогах»
 - ✓ К.И.Чуковский «Айболит»
 - ✓ А.Волков «Волшебник изумрудного города»
 - ✓ С.Т.Аксаков «Аленький цветочек»
 - ✓ А.С.Пушкин «О Царе Салтане»



ФОРМЫ РАБОТЫ ПО БЛОКУ «РЕКЛАМА»

Совместная партнерская деятельность

взрослого с детьми:

- **групповые и индивидуальные проекты;**
- **встречи с интересными людьми, чья профессия связана с рекламой;**
- **викторины;**
- **спектакли;**
- **беседы;**
- **беседы-обсуждения экономических сказок;**
- **проблемные ситуации**



ФОРМЫ РАБОТЫ ПО БЛОКУ «РЕКЛАМА»

Свободная самостоятельная деятельность детей:

■ продуктивная творческая деятельность:

- ✓ изготовление и реклама собственных поделок,
- ✓ рисование «Моя любимая реклама», «Реклама на плакатах», «Фантастическая реклама»

■ игровая деятельность:

- ✓ дидактические игры,
- ✓ сюжетно-ролевые игры «Рекламное агентство», «Ярмарка», «Пицерия»

■ творческая речевая деятельность:

- ✓ придумывание рекламы книжек для чтения в группе, игрушек для мини-спектаклей,
- ✓ рассказывание «Почему мне нравится реклама для детей»



ФОРМЫ РАБОТЫ ПО БЛОКУ «РЕКЛАМА»

Свободная самостоятельная деятельность детей:

- **просматривание альбомов:**
 - ✓ «Реклама для детей»,
 - ✓ «Красочная реклама»,
 - ✓ «Сравним товар в рекламе и в магазине»
- **собираание тематических пазлов**



Плюсы и минусы рекламы

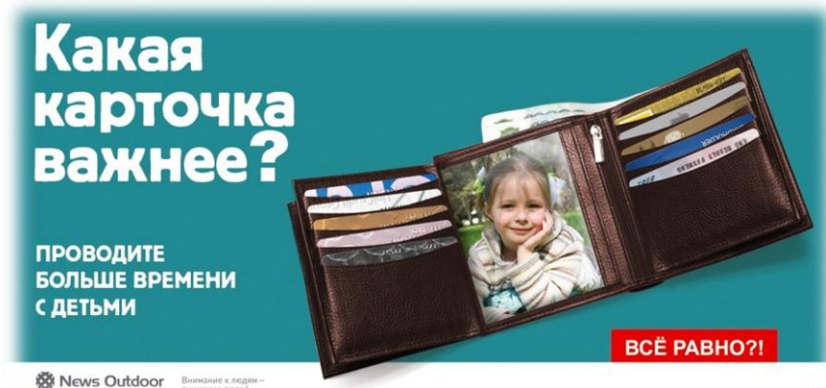
+	-
Новые знания	Вред, а не польза от товара
Ориентировка в мире товаров	Призыв к перекусам, а не к ЗОЖ
Осознание понятий «цена», «заработок», «скидки», «качество»	Призыв к лотерее
Осознание функций, преимуществ и недостатков разных товаров	Воздействие на родителей «через ребенка»
«На одной волне» со сверстниками, возможность коллекционирования	Развитие раздражительности и агрессивности
Равнение на положительного героя, персонажа	



**СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА — ВИД НЕКОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ,
НАПРАВЛЕННОЙ НА ИЗМЕНЕНИЕ МОДЕЛЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО
ПОВЕДЕНИЯ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМАМ
СОЦИУМА.**

**«Никакая реклама не поможет продать то,
что продать невозможно»**

(Сирил Норткот Паркинсон)



Социальная реклама



Воспитание

дружественное отношение
сверстникам

толерантность

терпимость

уважение к старшим,

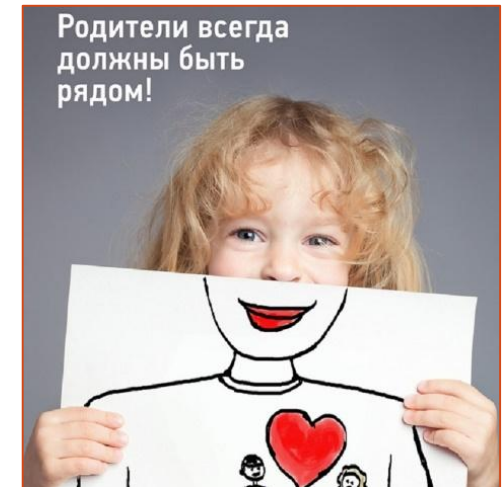
бережное отношение к окружающей среде

любовь к здоровому образу жизни



ПРАВИЛА СОЗДАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ:

- Сама идея рекламы должна быть необычна, креативна
- Интересное, необычное решение композиции
- Акцент внимания на самом важном



ПРАВИЛА СОЗДАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ:

- Сама идея рекламы должна быть необычна, креативна
- Интересное, необычное решение композиции
- Акцент внимания на самом важном



ВЫГУЛ СОБАК
МЫ ЭКОНОМИМ ВАШЕ ВРЕМЯ

🐾 Устали после работы?
🐾 Хотите поспать?

🐾 Много дел?
🐾 Дождь?
🐾 Командировка?
🐾 Жара?
🐾 Просто лень?
🐾 Отпуск?



СОБАКА ПОГУЛЯКА
Погуляем за Вас с вашей собакой!

Звони 50-00-60
Работаем каждый день



ВИДЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ:

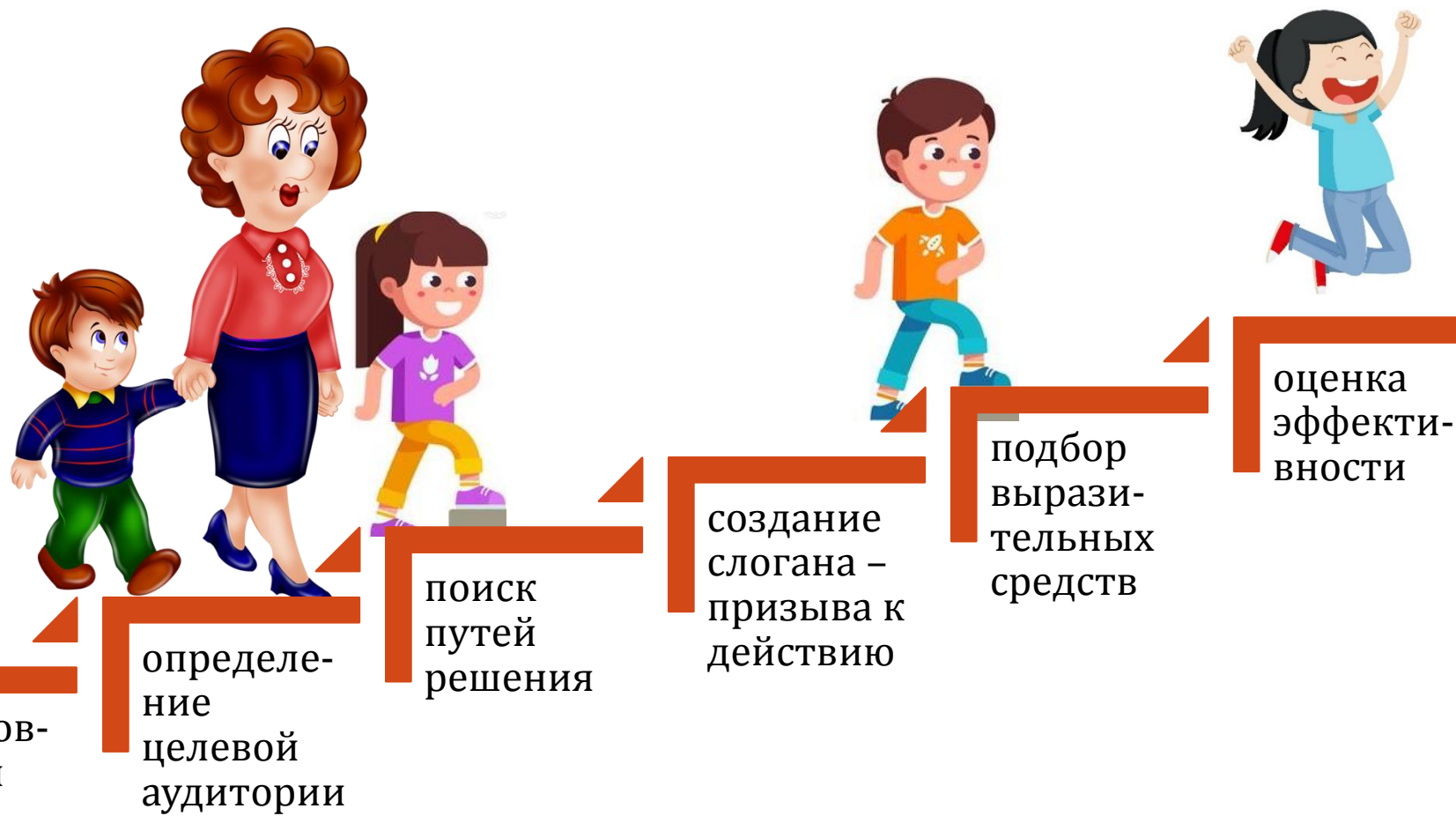
- плакаты;
- видеоролики;
- информационные буклеты



**Наш девиз четыре слова:
«Быть здоровым – это клево!»**



АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ ДОШКОЛЬНИКАМИ СОВМЕСТНО СО ВЗРОСЛЫМИ:



РЕЗУЛЬТАТЫ:

- расширение кругозора, осмысление значимых проблем
- внимательность к проблемам других
- формирование социально одобряемого поведения и активной жизненной позиции
- развитие творческого мышления

**СОЗДАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ ДОШКОЛЬНИКАМИ –
ЭТО «ИММУНИТЕТ» ПО ОТНОШЕНИЮ
К НЕГАТИВНЫМ ИНФОРМАЦИОННЫМ ВОЗДЕЙСТВИЯМ**



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

УСПЕХОВ В РАБОТЕ!

БЕЗОНОВИХ ЛОМО
017 233 97 37

