

***МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА
ОТКРЫТОГО ЗАНЯТИЯ***

по дисциплине «Иностранный язык» (английский)
по теме “The world of advertising”
(«Мир рекламы»)

преподаватель Кабулашвили Э.П.

Пояснительная записка

Методическая разработка открытого занятия «The world of advertising» («Мир рекламы») предназначена для использования в СПО для специальностей, изучающих экономику, маркетинг, организацию предприятия, предпринимательство, рекламу и сервис и разработана в помощь в проведении занятий английского языка, нацеленных на изучение тем, связанных с рыночной экономикой, маркетингом, рекламной деятельностью. Отдельные элементы занятия могут быть использованы на занятиях английского языка в школе в старших классах.

Объем материала, рассматриваемого на занятии, рассчитан на полтора часа, что составляет учебную пару в учебных заведениях СПО.

Вид занятия: практическое занятие

Цели занятия:

Образовательная цель: формировать у студентов комплексный подход к изучению иностранного языка; вырабатывать умения устной и письменной речи, а также навыки выступлений перед аудиторией; расширять страноведческий и лингвистический кругозор студентов.

Воспитательная цель: повысить общий уровень культуры общения студентов на иностранном языке как в рамках предлагаемой темы, так и в нестандартных неожиданных ситуациях; воспитывать потребность в практическом использовании иностранного языка в сферах деятельности, связанных с основной специальностью.

Развивающая цель: развивать познавательные способности и коммуникабельность, устойчивое стремление студентов к самообразованию и самосовершенствованию, как в рамках самого иностранного языка, так и в сфере применения сформированных языковых умений и навыков для дальнейшего совершенствования в профессии.

Речевой материал: лексические единицы, фразы и выражения, диалоги, тексты.

Междисциплинарные связи: укрепление и расширение знаний студентов, полученных на занятиях по дисциплинам «Маркетинг», «Менеджмент», «Рекламное дело», «Сервисная деятельность», «Организация предприятия в сфере сервиса».

Обеспечение занятия: 1) учебник Агабесян И.П. «Английский для менеджеров», 2) учебник S. Norman “We mean Business”, 3) учебное пособие по английскому языку Кардович И.К. «Основы коммерции», 4) учебник

Частник С., Коробка Г. «Английский язык для менеджеров международного туризма и гостиничного бизнеса», 5) англо-русские словари; 6) компьютерная презентация; оборудование для воспроизводства компьютерной презентации и звуковых файлов; 7) раздаточный материал для индивидуальной и групповой работы студентов.

Методы обучения: практический, элементы ролевой игры, частично-поисковый, словесно-наглядный, имитация профессиональной деятельности.

Структура и ход занятия:

1. Организация занятия, постановка целей (2 мин).
2. Актуализация опорных знаний по предыдущей теме «Маркетинг» (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 1) с целью логического подведения к новой теме «Мир рекламы» (3 мин):
 - проверка знаний структуры маркетинга на английском языке и определение роли рекламы в данной структуре.
3. Введение в тему «Мир рекламы» (5 мин):

подготовленное дома сообщение студента на тему «Реклама в нашей жизни» на английском языке с последующим инициированием мини-обсуждения по этому вопросу.

 - аудирование основных слов и словосочетаний, связанных с рекламой (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 2).
4. Рассмотрение структуры понятия «Реклама» на английском языке (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 3) с мини-обсуждением и примерами из жизни (13 мин).
 - 1) Цели рекламы (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 4).
 - 2) Типы рекламы (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 5).
 - 3) Преимущества и недостатки (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 6).
 - 4) Средства массовой информации, использующие рекламу (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 7):
 - пресса;
 - телевидение;
 - постеры;
 - другие средства
 - интернет (см. презентацию «The World of Advertising», слайды 8,9).
 - 5) приёмы рекламы (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 10):
 - амбиции и успех;
 - романтика;
 - социальная адаптация;
 - подражание герою;
 - комедия;
 - стремление к лёгкой жизни.
5. Знакомство с формулой рекламы по версии западных маркетологов, запись формулы в тетрадь (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 11) (7 мин).
6. Аудирование притчи о рекламе «Восемь колокольчиков» (12 мин):

- чтение, аудирование, перевод новых слов из притчи (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 12, звуковые файлы «Eight bells»);
- аудирование притчи без опоры на текст.

7. Представление диалога-сценки в туристическом агентстве с примерами рекламы туристического и отельного бизнеса (см. приложение 1) (5 мин):

- аудирование на английском языке;
- обсуждение применённых в рекламе средств и методов.

8. Знакомство с печатной рекламой в газетах и журналах (4 мин):

9. Рассмотрение вопроса «Реклама как карьера»: (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 13) (16 мин).

- рекламные агентства и их практические цели, историческая справка об истории возникновения и этапах развития рекламных агентств в мире (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 14);
- знакомство с работой конкретного рекламного индийского агентства, разрабатывающего рекламные комиксы;
- рекламодатели (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 15);
- основные качества рекламного агента (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 16).
 - представление рекламы нового открывшегося магазина сотовых телефонов в виде теле-интервью (Приложение 2);
 - аудирование интервью на английском языке;
 - мини-диспут о практическом применении формулы рекламы и продемонстрированных качеств бренд-менеджера.

10. Знакомство с рекламным письмом как с одним из средств рекламы товаров и услуг (см. презентацию «The World of Advertising», слайд 17) (8 мин):

- инструктаж по составлению рекламного письма;
- составление рекламного письма по заданной схеме (работа со всей группой);

11. Чтение и перевод текста «История рекламы» (по вариантам) (см. Приложение 3) (5 мин):

- инструктаж по выполнению перевода;
- выполнение задания;
- проверка выполнения задания.

12. Проверка усвоения речевых единиц, введённых на занятии:

- выполнение упражнений (по вариантам в виде мини-самостоятельной работы) на закрепление материала (см. Приложение 4) (8 мин).

13. Подведение итогов занятия. Домашнее задание: составление собственного рекламного объявления в газету о ресторане, кафе, гостинице, туристическом агентстве, предприятии сферы сервиса (2 мин).

Заключение

Данная разработка является собой комплекс заданий и упражнений на формирование компетенций, необходимых для дальнейшего профессионального практического соприкосновения с вопросами, связанными с рекламной деятельностью в современном мире. Кроме того, представлены методы, позволяющие добиться данного результата.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

TASK 1. Read the dialogue. Translate. Tell about the main rules of business conversation in the dialogue.

We'll present you the conversation between the agent of the travel agency and potential customers.

(The telephone is ringing)

Agent: Travel agency "Golden Fish", hallo.

Customer: Hallo. Henry Crash speaking. May I have a word with the manager?

A: I'm afraid he's busy now. My name is Alice and I'm the manager's assistant. Can I help you?

H: May be. I've heard a lot of positive about your agency from my friends. I'm going to have vocation to Turkey for a week with my wife.

A: Oh, that is nice. We can organize any vocation for you. Our agency has a stainless reputation on the market of tourist service. But it's too important question to decide on the phone. Could you visit our agency? I'm sure we can help you.

H: OK. We'll come in a day or two.

A: We'll be waiting for you. Good bye.

H: Good bye.

(Two days later)

H: Hello.

A: Good day. Welcome to "Golden Fish". What can I do for you?

H: Are you Alice?

A: That's right.

H: I'm Henry Crash. I rang you up two days ago. We were speaking about my vocation. And this is my wife Kate.

A: Glad to meet you, Kate.

Kate: Glad to meet you too.

A: Sit down, please. So, you are going to Turkey. What kind of vocation would you like?

K: One week of real paradise.

A: Then let's begin with the hotel. We have a vast choice of 3-4-and 5-star hotels with different kinds of accommodation. Which one do you prefer?

H: I think 3 or 4-star hotel overlooking the sea.

A: I see. Do you prefer half-board, full-board or a club-system?

K: Full-board or club-system, I think.

A: That's all right. In this case I recommend you the Hotel "Cleopatra princess". It's a brand new and ideally located just 50 m from the beach.

H: And what about the rooms?

A: This hotel has well-furnished double rooms, a good range of facilities and a large swimming pool.

H: That's the very hotel we wanted.

K: Agree with you.

A: So, may I book the room for the next week?

H: Sure.

Приложение 2

- We are near newly-opened up-to-date store <M-WORLD> selling mobile-phones and are ready to ask Brian Leming, the brand manager of the store, some questions. Good day, Brian.
- Good day, Julia, glad to see you again.
- Nowadays, when nearly every day we become witnesses of appearing new shops and stores of mobile line, you are taking risk and open one more. Are you sure it's really profitable?
- Mobile communications and Internet facilities are developing roughly. The specialists foresee this process to become more active in future ten years. That's why to sell mobiles is as topical now as to give the consumer mobile services.
- Aren't you afraid of the competitors?
- Why should we? We respect them and ready to cooperate.
- What age groups of the consumers are you going to attract to your store?
- We don't set any limits. We wait for everybody.
- Are you going only to sell mobiles?
- Surely not. There are three halls in our store: the shop selling mobiles, subscriber's center and Internet-cafe with a well-trained experienced staff. We are glad to help any customer.
- Julia Teilor for <Mobile News> from <M-WORLD>.

Приложение 3

The history of the advertising.

The history of development of advertising in opinion of experts leaves in depth of centuries and rudiments of advertisements are found already on ancient papyruses.

The concept of Russian speaking variant of advertising occurs from Latin "reclamare" which means "to shout", "to cry out". English-speaking variant – from a word "advertise".

The first printed advertisement has appeared in England in second half of the century XV. In England the special advertising edition under name "Teller" leaves. The greatest bloom advertising has reached in the US.

In 1848 in England by tax services it was registered 1,9 million advertisements against 1,5 million in 1800.

Development of an advertising affair in Russia carry by 10-11 centuries when

Russian merchants resorted to various reception of the offer of the goods. In 19 century receives a wide circulation printed advertising of the goods though printed announcements of advertising character.

Epoch of becoming of advertising considers the period from 1840 to 1915.

The words to the text:

development – развитие

in option – по мнению

in depth of centuries – в глубине веков

rudiments – зачатки

ancient – древний

appeare – появляться

edition – издание

bloom – расцвет

merchants – торговец, купец

resort – часто посещать

a wide circulation – широкое распространение

offer – предложение

Приложение 4

I. Give the corresponding words for the following definitions.

1. a written or printed announcement publicly displayed
2. the study of the reasons why people buy or do not buy certain goods, the effect of advertising, etc
3. the performance of business activities that direct the flow of goods and services from producer to consumer
4. means of making known to enormous number of people
5. a striking and easily remembered phrase used to advertise smth

II. Arrange the words in suitable pairs.

product	research
sales	agencies
market	media
advertising	development
informative	press
marketing	radio
mass	advertising
national	promotion
commercial	activities

III. Find the correct word(s) from the list below to complete each sentence.

1. Competitive or ... advertising encourages the public to buy goods.
2. Advertising which can help people is called ... advertising.
3. Newspapers and television are examples of advertising
4. Romance and comedy are examples of advertising
5. A firm will carry out ... to discover the type of product customers want.
6. Firms can employ ... to arrange advertising for them.
7. One advantage of advertising is that the prices of goods could be
8. One disadvantage of advertising is that consumers may be tempted to buy goods they cannot
9. Advertising, sales promotion and packaging are examples of ... activities.

marketing	devices	media
market research	afford	informative
advertising agencies	low	persuasive

IV. Complete the sentences by choosing suitable endings from the right – hand column.

The advantage of using the national press for advertising is that ...	the message on the advertisement is short and can be quickly read
The advantage of using TV for advertising is that ...	it can decide whether it can make a profit by producing the goods
The advantage of using posters is that ...	it can attract consumers
A firm needs market research so that ...	more detailed information can be given
A firm needs proper packaging and labelling of a product so that ...	the advertisement can use colour, sound and movement
The benefit of advertising is that ...	it encourages competition among firms

Приложение 5

Презентация «The World of Advertising».

Приложение 6

Звуковые файлы «Eight bells».