

Консультация для педагогов по теме: «Экономика и дошкольник. Актуально ли? Играем в рекламу».

Подготовила:
Азизова Э.Ш.

Экономика и дети. До недавнего времени такое словосочетание встречалось редко. Сегодня экономическое образование – предмет специального исследования в дошкольной педагогике.

Как научить наших детей жить в условиях рыночной экономики, когда они постоянно сталкиваются с такими непонятными явлениями, как безработица, отсутствие средств, для осуществления семьи, и в то же время видят на прилавках магазинов изобилие недоступных им товаров?

Начинать надо уже в детском саду, ведь дети старшего возраста достаточно четко представляют границы финансовых возможностей своей семьи, хорошо ориентируются в денежных знаках, легко могут оперировать ими при покупке в «магазине», созданном в детском саду. Необходимо начать с разработки и оформления сюжетно-дидактических игр, связанных с экономикой. В первую очередь расширить «ассортимент» атрибутов в «магазине», «напечатать» свои «деньги». В ходе игр дети знакомятся с такими понятиями, как «цена», «чек», «товары оптом и в розницу», «выгода», «заработная плата». Затем можно открыть «Кондитерскую фабрику». Ребят можно научить делать конфеты, печь печенье; покупать, продавать, отсчитывать деньги. Они будут с азартом трудиться и вести подсчеты «доходов». Соединение учебно-игровой и реальной деятельности наиболее эффективно для усвоения дошкольниками сложных экономических понятий.

Ребята включаются в планирование семейного бюджета и спокойнее воспринимают временное безденежье родителей, быстрее и эффективнее усваивают математические операции: счет, сложение, вычитание.

Остановимся на методике проведения занятий по теме «Знакомство с семейным бюджетом». Занятие можно начать с вопросов: кем работают твои родители? Что родители получают за свою работу? Что такое деньги? Затем детям предлагается внимательно рассмотреть бумажные купюры и монеты, сравнить их: чем похожи и чем отличаются? Нужно обратить внимание на то, что на деньгах указана их стоимость, изображены герб, флаг, есть числа, слова; что деньги сделаны из разного материала (бумажные и металлические) и т.п.

А откуда берутся деньги? Где их делают? Рассказать о том, что существуют специальные заводы по изготовлению денег – государственные монетные дворы, но сообщить детям, что деньги мы берем не оттуда. Как же они попадают к нам в дом? Необходимо подвести детей к разговору о зарплате, проанализировать с ними это слово (плата за работу). Где родители получают деньги? Кто их им дает? Рассказать о профессии бухгалтера, кассира, о том, как оформляются документы, по которым выдаются деньги. Итак, родителям выдали на работе зарплату, и в доме появились деньги. Эти деньги составляют семейный бюджет, как правильно им распорядиться? На что потратить? Во время обсуждения подчеркнуть, что в каждой семье есть доходы (папина и мамина зарплата) и расходы. Пусть дети сами ответят, на что их семья тратит деньги (покупают продукты, вещи, плата за телефон, проезд в транспорте и т.д.) Никогда не просить называть реальный доход семьи, анализируем абстрактные придуманные цифры. Итак, в семейном бюджете есть доходы и расходы. Если из первых вычесть вторые, то останется сумма не растрченных денег, ее можно отложить, чтобы в будущем сделать большую и нужную покупку.

Затем можно переходить к знакомству с еще одним новым словом – «аванс». Понять его значение детям помогут разноцветные «деньги», которые вы можете изготовить вместе с ребенком на красной, синей, зеленой бумаге. Дети сами придумывают, что можно изобразить на ваших банкнотах. Ведь деньги должны быть не только красивыми, но и иметь определенную стоимость. За хорошо выполненную работу в группе или на участке, каждый ребенок может

получить «зарплату» - эти деньги они потратят во время игры «магазин». Сначала ребенку выдается только часть зарплаты и объясняется, что это называется «аванс». Записывается, сколько денег получил каждый ребенок. Через какое-то время выдается остаток зарплаты. Все деньги, хранятся, как положено в «кассе», оттуда ребенок их получает.

К экономическому воспитанию детей необходимо подключить и родителей. Попросить их, например, вместе с детьми составить семейный бюджет на месяц. Очень часто участие детей в семейном бюджете ограничивается требованием купить, дать денег и т.п. родители возмущаются необоснованными на их взгляд требованиями своих чад, а те в свою очередь, жалуются на непонимание взрослых. Назревает семейный конфликт. Возможно, его можно было бы избежать, если бы с детства ребенок получал элементарные представления о доходах и расходах семьи. О зарплате родителей. Это помогло бы ему не только, реально представить, финансовые возможности семьи. Но и почувствовать себя ее полноправным членом, мнение которого тоже уважается. Рекомендуются выполнить некоторые задания вместе с детьми, например, заполнить таблицу семейных расходов и обсудить результаты. Попробуйте объяснить причину различия в долях денежных средств, которые разные семьи затрачивают на удовлетворение семейных потребностей. Подумайте о том, как влияют на расходы возраст членов семьи, наличие своего дома или квартиры, наличие огорода, дачи, круг интересов семьи, цены на товары и услуги.

Игра в рекламу.

Воздействие рекламы на детей – сложная, пока еще не до конца изученная проблема, требующая серьезного обсуждения психологов, врачей и других специалистов. Но факт остается фактом – рекламные ролики привлекают внимание детей и вряд ли запретам можно чего-то добиться.

В группах часто наблюдается стихийно возникающая «игра»: один ребенок произносит фразу из известной рекламы и тут же на нее откликаются все дети, заканчивая весь текст. Как правило, в эту переключку добровольно вовлекается вся группа.

Давайте посмотрим на рекламу как на особый жанр искусства. Что характерно для хорошей рекламы? Краткость, образность, привлекательность. Что должен уметь хороший специалист по рекламе? Дать максимум информации при минимуме слов, выделить основные, характерные черты рекламируемого объекта, выгодно подчеркнуть его отличие от других и доказать преимущество. Чем-то словесная часть рекламы сходна пословицам и поговоркам, с которыми мы знакомим детей, подчеркивая их афористичность, краткость. Вместо бессмысленного повторения существующих рекламных роликов мы можем предложить детям создать свою рекламу. Дети с восторгом включаются в эту игру. Еще в начале работы необходимо четко определить ролики, в которых выполняется задание. Это необходимо для того, чтобы дети понимали, что речь идет о выполнении хотя и нетрадиционного, но задания. Для составления рекламы ребенок сначала должен как можно больше узнать об объекте и выделять наиболее характерные, на его взгляд, особенности. Приветствуется использование отдельных выражений из уже известной рекламы. Такое задание не только развивает творческие способности ребенка, но и его речь, учит кратко излагать свои мысли. Часто к созданию рекламы подключают и их родителей.

Рекламировать можно все что угодно. Все зависит от вашей фантазии и содержания предмета и темы задания. Текст рекламы проиллюстрируйте рисунками, театральными сценками. Предлагается несколько вариантов «рекламных» заданий:

рекламируемый предмет известен всей группе.

Например, ребенок выбирает животное и от его имени рекламирует место жительства. Вот так, например, рекламировали свой дом пингвины: «Приезжайте к нам! Вы нигде больше не найдете таких прозрачных льдов! Наши льды самые холодные в мире. Вы можете половить рыбку в океане. Покататься на льдине и организовать свой детский сад!».

Рекламируемый объект известен только самому автору. Например: «У нас дом лучше всех! Это не просто дом, а общежитие! В нем тысяча жильцов. Если в лесу есть такой дом,

значит лес чистый и здоровый. Никогда не надо разрушать наш дом! Наша недвижимость всегда ценится!».

Реклама может быть использована как одна из форм обобщения наблюдений. В этом случае в содержании рекламы отражаются результаты собственной работы каждого ребенка.

Вот такие тексты составляли дети:

- «Только мое дерево так хорошо очищает воздух!»

- «Посмотрите на мое дерево – в какой оно форме! Какие у него душистые цветочки! Из них вырастут вкусные ягодки! А еще под ними можно отдохнуть. Приходите, не пожалеете!»

Возможно проведение интеллектуальных игр, типа: квест в Экономике, «Брейн-ринг», «КВН-с использованием рекламы», составление рассказов, используя различные газетные заголовки, специально подобранные фразы из рекламных роликов.

Некоторые слушатели, услышав все это, скептически усмеются. Но углубившись в творчество, вы совершенно забудете о своем предвзятом отношении к рекламе, родится много идей, азарт, спорт и смех.