

22.10.2018г.
с. Урожайное Лугокумского района

Индивидуальный лист

1. Опишите картинку- 2-3 предложения.

2. Вред чтения – это регрессия или повтор. Читаем абзац за абзацем, ловим себя на мысли, что думаем о чём-то постороннем. Возвращаемся - перечитываем.
! Падает скорость чтения.

3. Таблицы Шульте (25 секунд).

7	23	14	17	1	Т	Ц	Ш	С	З	
11	4	9	25	10	Р	Л	Т	Х	Н	
21	18	8	15	5	Д	Ж	О	А	Щ	
2	24	6	3	19	У	Б	И	Ф	Е	
16	22	13	20	12	В	М	Ч	К	П	

4. Тест: « 9 животных». Задание – запоминаем 20 секунд, записываем на лист бумаги

10-11 класс

Текст. Речевые жанры.

1. Ознакомьтесь с информацией и выполните задания.

2. Известный копирайтер (Специалист по авторским правам, рекламной деятельности) Эзоп Глим, автор замечательной книги «Зачем и как пишется реклама» (Или «Как писать заголовки с ВАУ - эффектом»), выдвинул свой удивительный способ написания хорошего заголовка: пользоваться девятью основными притягательными свойствами, воздействующими на пять органов чувств и четыре инстинкта.

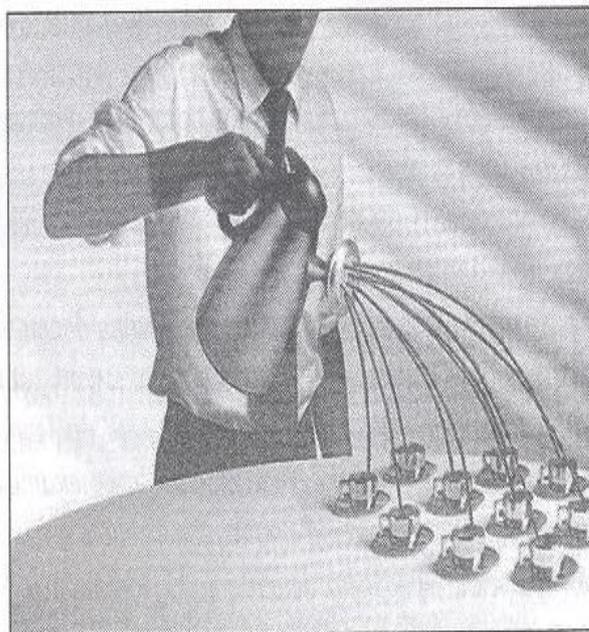
Органы чувств: зрение, слух, осязание, обоняние, вкус.	Инстинкты: Любовь/продолжение рода Ярость/гнев, Страх/чувство самосохранения, голод
--	--

Реклама стиральной машины:

Зрение	Она такая красивая , что я готова поставить её в гостиной!
Слух	Работает без единого шороха .
Осязание	Мои хлопчатобумажные рубашки после стирки в ней становятся шелковистыми!
Обоняние	Свежий аромат чистых простыней.
Вкус	Теперь у вас будет больше времени на то, чтобы приготовить обед!
Любовь	Мягкие пелёнки на нежной младенческой коже.
Ярость/гне	Раньше пятна от соуса доводили меня до бешенства!
в	
Страх	Он пропустил самую главную встречу в своей жизни, потому что у него был грязный воротничок!
Голод	Теперь стирку можно совместить с обедом!

Не правда ли, знакомые фразы? Ежедневно мы многократно слышим подобные лозунги из динамиков своих телевизоров или натываемся на них, «гуляя» по просторам Интернета.

2. Перед вами несколько интересных фотоснимков. Попробуйте сделать к ним подходящие и захватывающие подписи.



!!! Удачные изображения животных могут сделать рекламу эффективной.



7-8 класс

Даже маленькая практика стоит большой теории.
Фридрих Ницше

Для усвоения назначения рекламы необходимо ознакомить учащихся с её классификацией (личностные, познавательные, коммуникативные, регулятивные УУД).

Существуют различные подходы к классификации рекламы, но целесообразно предложить классификацию с использованием языка:

А) визуальная (зрительная): печатная, световая, оформительская, фотореклама;

Б) аудиальная (слуховая): радиореклама, различные устные сообщения;

В) аудиовизуальная (зрительно-слуховая): телереклама, кинореклама, демонстрация образца изделий в сопровождении устного текста.

Г) кинестетическая - попробуйте сами

5-7 классы.

Реклама должна быть разнообразием, выдумкой.
В.Маяковский

Легче сочинить десять правильных сонетов, чем
хорошее рекламное объявление.
Олдос Хаксли.

Фонетика. Орфоэпия.

Прочитайте образцы стихотворных рекламных текстов В.В.Маяковского:

Тому не страшен
 мороз зловещий,
кто в ГУМе
 купит
 тёплые вещи.

Какую интонацию вы выбрали для этих строк. Сочините свою рекламу в «стиле Маяковского».

Лексикология.

Определите, какие изобразительно-выразительные средства использованы в рекламе шоколадного батончика «Баунти»:

«Молочный шоколад, нежная мякоть кокоса. «Баунти»- райское наслаждение».



Морфология

Изучайте рекламные объявления, определяйте слова, которые произвели на вас самое сильное впечатление. Выписывайте в вашу записную книжку.

Существительные	Прилагательные	Глаголы

Составьте текст рекламы, в которой рассказ о свойствах изделия ведется от лица самого товара. Выпишите 3 слова в таблицу. Выполните морфологический разбор.

8-9 классы

Текстоведение

Составьте несколько рекламных заголовков, которые соответствовали бы данным требованиям.

Категория товаров	Название бренда	Понравившаяся вам реклама	Что в ней привлекло ваше внимание	Что бы вы хотели добавить, изменить
Шоколад, шоколадный батончик				
Конфеты печенье, сок, напиток				
Другие продукты питания				
Моющие и чистящие средства				
косметика				
Сотовые телефоны, игровые приставки				
Бытовая техника				
автомобиль				

Почему вы запомнили эти бренды? Почему вам запомнился тот или иной ролик? Помните ли вы изображение, или текст, или сюжетную линию ролика? Напиши об этом в своём сочинении

Задание 16.3. КИМ мониторинга компетенций учителей.

Как наглядно объяснить ученикам нулевую суффиксацию? Какие приёмы целесообразно использовать для правополушарных учеников, кинестетиков, если в классе есть ученики с ОВЗ?

Мини –тест «Сказочные персонажи».

Напишите 3 сказочных персонажа в столбик.