Муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования

Центр развития творчества детей и юношества «Радуга»

Левобережного района

Отдел воспитательной и методической работы

Открытое учебное занятие

«Создание модели коммерческого проекта печатного СМИ:

от идеи к практике»

Педагог дополнительного образования, руководитель детского пресс-центра «Живые строки»

**Лисавенко Марина Евгеньевна**

Воронеж

**Открытое учебное занятие**

1. Тема «Создание модели коммерческого проекта печатного СМИ: от идеи к практике»
2. Продолжительность занятия 2 часа по 40 мин.

Итого 80 минут.

1. Тип занятия:
   * закрепление знаний;
   * повторение пройденного;
   * систематизация и обобщение изученного;
   * проверка и оценка знаний;
   * комбинированный тип.

Цель занятия: Данное занятие составляет максимально комбинированный тип для полноты понимания структуры современных СМИ в общем, и работы редакции в частности.

Для погружения в процесс создаются условия, приближенные к плодотворной творческой работе современной редакции при условии коммерцизации Средств массовой информации.

Необходимо максимально оценить возможности работы в команде, создать условия для творческого подхода к процессу создания проекта, использовать полученные знания в масштабах создаваемого проекта.

1. Задачи занятия:

Помимо очевидных образовательных задач, охватывается несколько важных моментов в работе тандемов: педагог-ученик, ученик-ученик. Основополагающим является развитие навыков общения, работы воображения и умение использовать ранее полученные знания. Безусловно, данный подход носит и ярко воспитательную направленность, так как позволяет педагогу не только контролировать процесс, но и быть в центре событий, а значит, и исправлять ошибки и помогать.

1. Форма проведения занятия:

* интегрированное занятие

Форма проведения занятия интегрированная, так как включает в себя различные методы проведения: здесь и проверка домашнего задания, которое дети получила, и лекция-беседа, где детям наглядно будет показана работа современной редакции, и, безусловно, они получают практическое задание – создание муляжа современного коммерческого СМИ (газеты).

Педагог использует наглядную схему современной редакции для создания полноты восприятия.

1. Методы проведения занятия:

* словесные (рассказ-объяснение, лекция-беседа);
* наглядные (показ выполнения приемов, операций, демонстрация наглядных пособий)
* практические (самостоятельная работа)

1. ТСО и оборудование:

* Для детей

ДЗ - интернет-опрос по выявлению лучшего названия для проекта, собирание материала для него, придумывание логотипа.

На занятии – ватманы, клей, вырезки из журналов, воображение и творчество.

1. План занятия: (проставить время на каждый этап)
2. Вступительная часть:
3. Оргмомент – 5 минут.
4. Техника безопасности – 5 минут.
5. Проверка домашнего задания – 5 минут.
6. Подготовка к основному этапу занятия – 5 минут.
7. Основная часть занятий:
8. Компоновка проекта, создание «полос» – 10 минут
9. Расстановка материалов, повторение, чем отличается рекламный материал от чисто журналистского, создание непосредственного макета – 40 минут
10. Мини-презентация – 10 минут.
11. Заключительная часть занятия:

Обобщение занятия и домашнее задание – 5 минут.

1. Ход занятия.
2. Вступительная часть.
3. Педагог: Добрый день, ученики.
4. Вы все прекрасное знаете про технику безопасности на уроках. Как вы долны вести себя при пожаре?

(Дети отвечают)

А на уроке?

(Дети отвечают)

1. Сегодня мы с вами подведем итог большой темы «коммерческая модель СМИ». Мы с вами понимаем, чем отличается коммерческая модель от некоммерческой. Чем?

(Дети отвечают)

Педагог: Сегодня вы должны создать модель современного коммерческого СМИ (8 полос).

В начале занятия мы обращаемся к домашнему заданию, так как оно имело прямое отношение к данному открытому уроку. Дети, вы готовили название проекта, его логотип и те материалы, которыми он должен быть наполнен.

1. Дети готовят вырезки из журналов, достают ватман, клей, краски.
2. Основная часть.
3. Педагог: Посмотрите на схему. Напоминаю вам, как устроена современная редакция коммерческих СМИ. Кто есть кто?

(Дети отвечают)

Педагог: Итак, все вы распределили роли между собой. Наша редакция готова. Творческий отдел, коммерческий отдел. Творческий отдел подготовил журналистские материалы. «Рекламные менеджеры» собрали рекламу в наш проект.

Чем отличается реклама от чистой журналистики? По каким критериям вы отбирали материалы в проект?

(Дети отвечают).

1. Распределите материалы по «полосам». Обоснуйте их распределение.

(Дети коллективно выполняют задание)

1. Педагог: А теперь вы должны целиком собрать проект-модель «Коммерческого СМИ», используя ваши знания и домашнее задание.

(Дети целиком собирают проект: подбирают шрифт для названия проекта, логотип, распределяют материалы, закрепляют их на «полосах»).

Мини-презентация макета: Дети рассказывают о названии, его смысловой нагрузке, логотипе, целевой аудитории «издания» и о его контенте (содержании).

1. Заключительная часть занятия:
2. Педагог: Спасибо вам за творчество и отличную подготовку к занятию. Я надеюсь, что теперь вы четко понимаете, как создаются проекты в современных печатных СМИ.

Что было самого сложного?

(Дети отвечают)

1. Педагог: Домашнее задание для группы – обсуждаем созданный проект в интернет-группе, работа над наполнением группы.
2. Приложение (Схема-трансформер «Структура современной редакции коммерческого СМИ»).

**Модель коммерческого проекта, разработанного воспитанниками детского пресс-центра «Живые строки» на открытом занятии «Создание модели коммерческого проекта печатного СМИ: от идеи к практике»**





