



I Всероссийская конференция с международным участием по ранней профориентации «Умения юных»

«Формирование системы наставничества в образовательных организациях Санкт-Петербурга в рамках проведения Чемпионата KidSkills («Умения юных»)

*Результаты работы
по подготовке участников Чемпионата
компетенции «Юный маркетолог»*

Козина Наталья Сергеевна
Воспитатель ГБДОУ детский сад № 23 комбинированного
вида Московского района Санкт-Петербурга

Из рекламы нам **становится известно** о технических новинках, новых вкусах, красках, возможностях. Реклама побуждает представлять, фантазировать, действовать...

Чем раньше человек осознаёт, что имеет власть не только следовать рекламе, но и создавать её и даже, **использовать в личных целях** он начинает добиваться успеха. О его талантах становится известно обществу, он становится заметным, **знаменитым и пользующимся спросом**.



Дети **знакомы с рекламой**, любят её, часто прибегают к рекламным уловкам: когда надо привлечь к себе внимание, переманить в свою игру, заинтересовать своими правилами, дружбой.



Проблема: Как выгодно представить свою идею, переманить к себе.



Цель: Формирование универсальных действий – уметь лаконично и ярко презентовать, раскрывая качества преимущества объекта для выбранной компании.

Задачи: освоение теории маркетинга; формирование мотивации, инициативы и творчества; развитие технических умений; определение претендентов с наиболее выраженными универсальными качествами маркетолога.



Методы и формы работы в области «Освоение навыками Маркетинга»

Ещё до Чемпионата, наши ребята применяли рекламу для продвижения продуктов своего труда. Нами организована увлекательная тактика распределения призов на конкурсах, через привлечение внимания к своему творчеству. Благодаря чему дети наглядно видят действие рекламы, упражняются в подборе подходящих аргументов и фраз, переносят навык в повседневное общение.

В рамках подготовки к Чемпионату:

Направления	Задачи направлений	Мероприятия
Освоение теории маркетинга	Знакомство с терминами: «маркетолог», «баннер», «логотип», их предназначением. Виды, правила создания (компоновка, настроение), размещения и представления наглядной рекламы.	Просмотр мультфильмов, презентаций, знакомство с пословицами, обсуждение. Игры. Задания.
Мотивация, поддержка инициативы и творчества	Изготовление макетов мороженого знакомыми способами из известных материалов: лепка, «лего», мозаика, аппликация, пескография, рисования, смешанные техники и др..	Продуктивная деятельность. Игры.
Технические упражнения	Знакомство с конкретной задачей и содержанием предложенных материалов. Создание рекламного баннера за 30 минут. Презентация рекламного продукта.	Игры.
Определение участников Чемпионата	Выделить претендентов желающих проявить себя, быстро принимающих задачу, свободно создающих выразительный образ и презентующих его.	Анализ предыдущей деятельности.

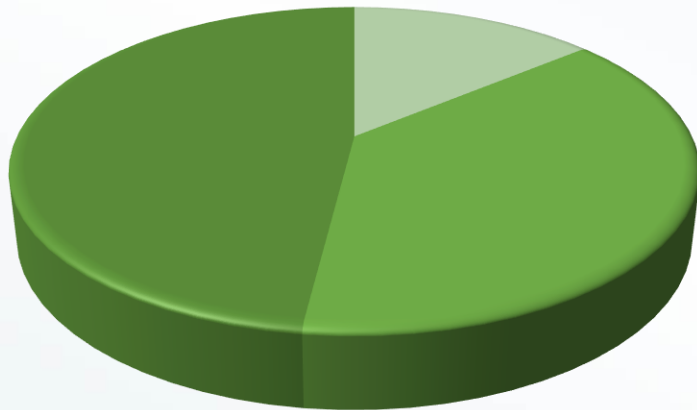
Диаграммы

времени и взаимосвязей освоения универсальными умениями маркетолога

№1

ВРЕМЯ

освоения умениями маркетолога



■ теория маркетинга

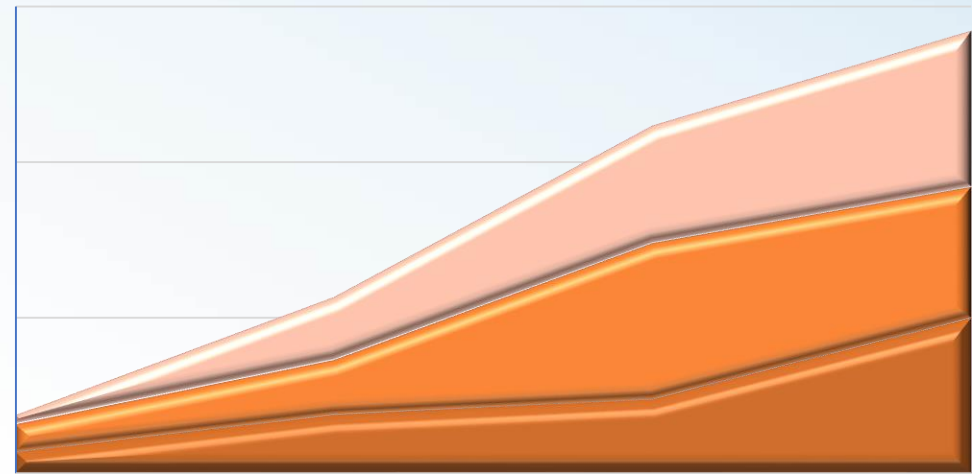
■ мотивация, инициатива и творчество

■ технические упражнения

№2

ВЗАИМОСВЯЗИ

освоения, интереса и проявления умений



теория маркетинга

мотивация,
инициатива и
творчество

упражнения

определение
претендентов

■ освоение материала

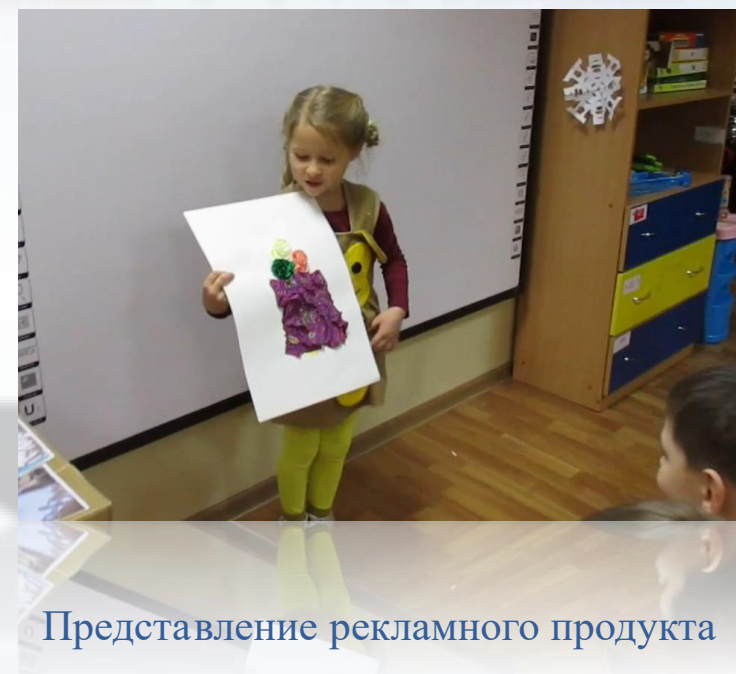
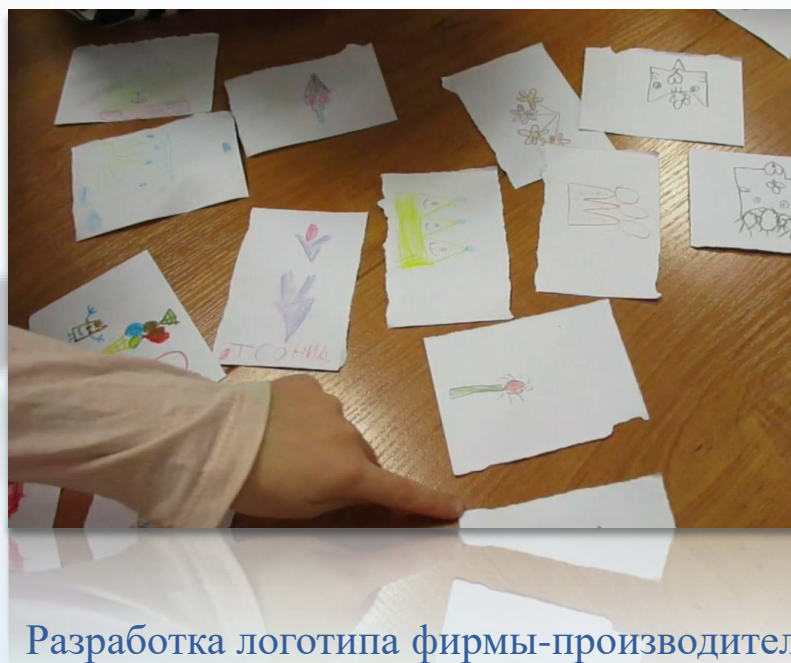
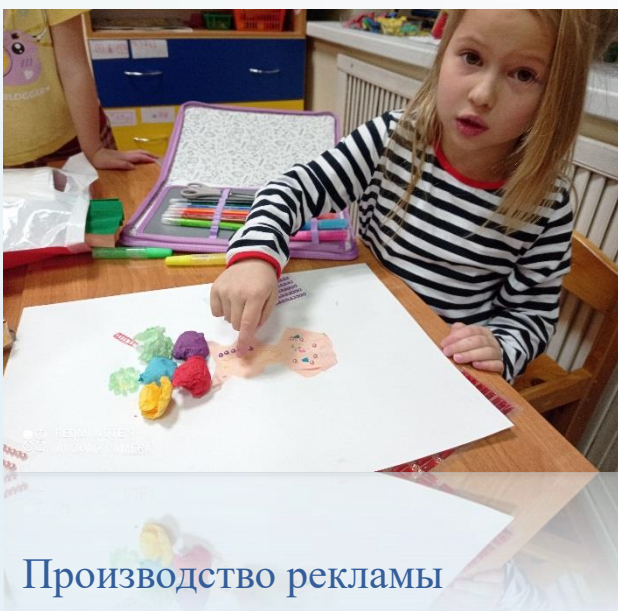
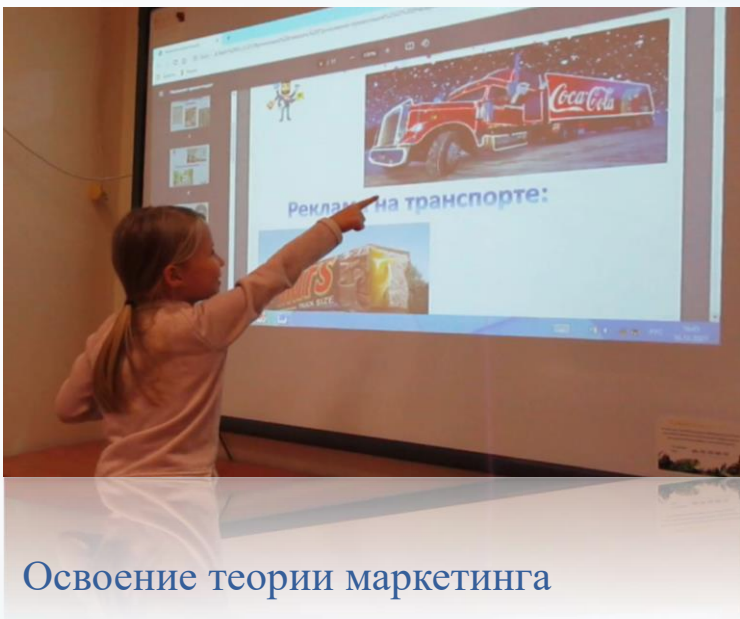
■ детский интерес

■ проявление умений

Из диаграммы №1 наглядно видно, что наибольшее время подготовки участников уходит на овладение конкретными техническими навыками.

Диаграмма №2 показывает, что уровень освоения материалом постоянно растёт, но не равномерно; наивысший детский интерес проявляется во время этапа проявления индивидуальности и свободного творчества; проявление умений маркетолога более заметны с каждым этапом работы.

Фото презентация:



Результаты

Подготавливаясь к чемпионату мы с ребятами узнали о профессии маркетолога, истории и видах рекламы, исследовали окрестности: «Найди новую рекламу», «Подсчитай количество реклам по пути», искали на каждом предмете логотип, придумывали логотип своей фирмы.

Совершенствовали свои умения создавая «Самое необычное мороженое», «Витрину магазина Чудо-мороженого».

Придумали новые игры: «Реклама всякой всячины», «Пятно под формат», «Подбери под настроение», «Найди логотип», «Что важно этому заказчику», «Как представить одно и тоже двум разным персонажам», «Размести быстро и удобно», «Что с этим можно делать?».

Разработали «алгоритмы быстрых действий»: «Форма, цвет, расположение, украшение!», «Название, слоган, история (ценные свойства «для тебя»), логотип».



Выводы

Направление профориентации «юный маркетолог» считаем чрезвычайно перспективным, востребованным в повседневной жизни, **подготавливающим детей к презентации себя и своих достижений.**

Качества маркетолога помогают вырабатывать реальную оценку событий, деятельности и результата труда; умение конструктивно воспринимать критику, корректировать собственные качества личности и её проявления.

Участие в Чемпионате для детей служит источником новых впечатлений и достижений; для педагога – новый источник педагогического вдохновения.



I Всероссийской конференции с международным участием по ранней профориентации «Умения юных»

Презентационный стендовый доклад
«Формирование системы наставничества в образовательных организациях Санкт-Петербурга
в рамках проведения Чемпионата KidSkills («Умения юных»)

Результаты работы по подготовке участников Чемпионата
компетенции «Юный маркетолог»



БЛАГОДАРИЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

автор: воспитатель
Козина Наталья Сергеевна