**Тема: ЧИ ЗАВЖДИ ВАРТО СЛУХАТИСЯ ОРГАНІВ ЧУТТЯ?**

**Мета:** з’ясувати, що впливає на наші бажання купити той чи той товар; як розміщення товарів у супермаркеті спонукає нас щось купити; вчити проводити дослідження і повідомляти про їхні результати.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Очікувані результати:**  - оцінює раціональність покупки, орієнтуючись на її корисність та ціну [4 СЗО 3-4.5-1];  - прогнозує дії, необхідні для задоволення власних потреб та потреб інших, спираючись на власний досвід [4 СЗО 3-4.3-1]; - складає перелік речей, необхідних для життя, і тих, від яких можна відмовитися [4 СЗО 3-4.3-2]; - досліджує вплив реклами на вибір товарів (їжі, напоїв, іграшок тощо) [4 СЗО 3-4.5-1];  - критично оцінює роль реклами у споживанні послуг та продукції [4 СЗО 3-4.5-2] | | |
| **Перевіряю себе1:**   * Я можу пояснити, чому я хочу купити той чи той товар. * Я вчуся розуміти, які прийоми використовують покупці, щоб продати товар. * Я вчуся проводити дослідження. * Я вчуся повідомляти результати дослідження і робити висновки.   1 для перевірки учнями результатів роботи на уроці | **Ключові/нові слова:**  Магазин, супермаркет, товар, органи чуття | **Матеріали та обладнання:**   * Підручник, зошит [52; *28*] * інтерактивна дошка/проектор |

|  |  |
| --- | --- |
| **І.**  • • •2 | **Актуалізація опорних знань**  *Навіщо ми ходимо в магазини? Чи любити ви ходити в магазини? Чому?*  **1. Завдання 1 підручника.**    Обговорення кожного фото презентації.  **2. Завдання 1 зошита.**    **3. Читання тексту підручника після завдання 1.**  *Чому найпотрібніший товар у супермаркетах не розміщують одразу біля входу?*  *Чому в супермаркетах змінюють місця розміщення відділів?* (щоб покупець, шукаючи потрібний відділ, побачив якомога більше товарів; він може вирішити щось придбати.)  **Супермаркет** — універсальна крамниці самообслуговування з торговою площею від 400 кв. м до 2499 кв. м, де покупцю пропонується:   * не менш двох тисяч найменувань продовольчих товарів, * широкий асортимент непродовольчих товарів, * додаткові послуги, зокрема – стоянка автотранспорту, послуги з харчування, комплектування подарункових наборів тощо. |
| **ІІ.**  • •  •  •  • •  • | **Знайомство з розміщенням товару в магазинах і супермаркетах**  **1. Повідомлення учнями результатів своїх досліджень (завдання 2, 3 підручника).**      2. **Читання тексту підручника після завдання 2 та тексту в рамці.**    *Які прийоми використовують у магазині, щоб привабити покупців?* |
| **ІІІ.**  •  • • • | **Закріплення**   1. **Завдання 2 зошита.**   Завдання виконуються самостійно, потім повідомляються результати і обговорюється запитання:  У якому з магазинів (спеціалізованому чи супермаркеті) покупці можуть зро-  бити більше незапланованих покупок? Чому? |
| **V.**  • | **Домашнє завдання** |
| **V.** | **Підсумок уроку**  Повторення ключових слів уроку. Визначення, яка інформація, отримана на уроці, є найважливішою (на думку учнів); яка діяльність на уроці була а) найцікавішою; б) найкориснішою. Робота з кадром презентації «Перевіряю себе». |

2• самостійна робота; • • робота в парах; • • • колективна робота