

Подробный конспект урока

*Когда учиться интересно -
легко учиться, хочется учиться,
радостно учиться.*

Организационная информация	
Тема урока	Информационная переработка текста «Сладкие загадки, или Почему не все конфеты нам хочется попробовать?»
Предмет	Русский язык
Класс	9 класс
Учитель русского языка и литературы	Иксибаева Г.С., высшая квалификационная категория
Образовательное учреждение	МОУ СОШ п.Основной
Методическая информация	
Технология	Кейс-технология
Цели урока	<ol style="list-style-type: none">1. Комплексное обобщающее повторение орфографии и пунктуации на основе работы с текстом.2. Развитие мыслительных навыков и познавательных умений, орфографической и пунктуационной зоркости через практическую деятельность.3. Развитие навыков анализа и критического мышления, соединение теории и практики, демонстрация различных позиций и точек зрения.3. Воспитание бережного и чуткого отношения к родному языку.
Задачи	<ol style="list-style-type: none">1. Повторить орфограммы по темам «Числительное», «Безударные проверяемые, непроверяемые и чередующиеся гласные в корнях слов», «Личные окончания глаголов», «Слитное и раздельное написание не с разными частями речи», «Правописание приставок», «Н и nn в отглагольных прилагательных и причастиях» и пунктограммы «Знаки препинания в простом осложненном предложении», «Запятыя между частями сложноподчиненного предложения» через ряд практических заданий.2. Организовать взаимо- и самопроверку выполнения заданий.3. Выполнить упражнения по редактированию текста.

<p>Знания, умения, навыки и качества, которые актуализируют/приобретут/закрепят/ученики в ходе урока</p>	<p>Актуализируют умение редактировать текст; познавательные умения объяснять, доказывать, делать выводы, применять знания на практике, осуществлять самоконтроль; мыслительные навыки (вычленение, сличение, анализ, синтез, конкретизация, систематизация).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Отработают умение комментировать и аргументировать свое и чужое мнение, а также потребность совершенствовать свою речь. • Материалы кейса и задания к ним мотивируют школьников на принятие решений, знакомят с реальной жизнью. Задания развивают самостоятельность, тренируют остроту мысли, быстроту реакции, способствуют поисковой работе учащихся в Интернете, их обращению к разного рода статистическим данным, справочной литературе. Кейс-стади — технология, требующая реального интеллектуального продукта, для получения которого необходимы практические умения и уверенное использование ИКТ (компьютерная графика, презентации, анимация, построение диаграмм, таблиц, схем, работа с облаками тегов и пр.). • Кейс-технология развивает ассоциативное и аналитическое мышление, умение вести полемику, отстаивать свою точку зрения и терпимо относиться к чужой.
<p>Интерактивные методы обучения</p>	<ul style="list-style-type: none"> • практическая задача с последующим анализом результатов; • использование и анализ видеоматериалов; • разбор ситуаций из практики участника.
<p>Необходимое оборудование и материалы</p>	<p>Для успешного результата работы требуется соблюдение некоторых условий.</p> <p>Интерактивная мультимедийная система, включающая в себя мультимедийный проектор, интерактивную доску Smart, специальное программное обеспечение Smart Notebook 10, установленное на ПК.</p>

Ход и содержание урока

На доске представлены вопросы, ответы на которые предстоит получить в ходе урока:

Сталкиваетесь ли вы с тем, что вам не хочется пробовать какие-то новые конфеты?

Можно ли назвать эту проблему актуальной?

Предложите свое решение проблемы: как вы думаете, почему не все конфеты хочется попробовать?

Каким должно быть название кондитерского изделия?

1. Предисловие. Стадия вызова. Виртуальная экскурсия в необычный музей.

На демонстрационном экране слайды «Музей шоколада в Кёльне — виртуальная экскурсия в земной рай для сладкоежек».

Чтение текста

Германия. Кёльн. Набережная реки Рейн.

Причудливое здание из железа и стекла в форме корабля. Здесь должен побывать каждый любитель шоколада, потому что в этом здании расположен «Шоколадный музей Кёльна» — один из известнейших музеев шоколада в мире. Каждый год сюда приезжает около 650 тысяч любителей «коричневого золота».

Полное название музея — «Музей шоколада Имхофф — Штольверк». Почему? Немного истории...

«Штольверк» — это основанная в 1839 г. компания, занимавшаяся выпуском конфет и печенья. Ручное производство сладостей постепенно полностью заменили промышленным. Произошло это потому, что -сын основателя компании, Генрих Штольверк, был талантливейшим изобретателем, создавшим множество механизмов для шоколадной фабрики. На ней появились гигантские печи, паровая машина, а также специальная машина, придающая шоколадной массе однородность: до этого шоколад имел неоднородную структуру, похожую на мелкую крупу, поэтому употребляли его в жидком виде.

В 1971 г. в компанию пришел Ганс Имхофф. Он с детства мечтал работать на фабрике «Штольверк», очарованный ароматами, витающими вблизи нее. Позже Ганс стал руководителем и принялся активно расширять компанию, а в 1993 г. открыл Музей шоколада.

Посещение музея, экспозиция которого располагается на трех уровнях, — это путешествие в мир шоколада, в историю, культуру производства и потребления этого популярного во всем мире продукта.

История шоколада насчитывает более 3 тысяч лет. Родиной шоколада, как и дерева какао, является Центральная и Южная Америка. На протяжении многих столетий шоколад употреблялся в виде напитка — индейцы смешивали молотые и обжаренные какао-бобы с водой, а затем в эту смесь добавлялся красный перец чили.

В середине XVI в. ученый-монах Бенцони представил королю Испании доклад о полезных свойствах жидкого шоколада. Доклад тут же засекретили, а шоколад объявили государственной тайной. За ее нарушение были казнены десятки человек. Долго шоколад был доступен только очень богатым людям: производство было сложным, а ингредиенты — очень дорогими.

И лишь в конце XIX в. инженеры изобрели технологию изготовления плиточного шоколада. А случившееся в начале XX в. резкое падение цен на какао и сахар сделало шоколад доступным для всех. Рекламировавшийся как «кушанье королей», он начал свое триумфальное шествие по миру.

Отправляемся на экскурсию. Фотографии и экспозиции на стендах демонстрируют процессы роста, сбора, обработки и транспортировки какао-бобов. Здесь же на отдельном стенде мы увидим те ингредиенты — составные части шоколада, — названия которых вы можете прочитать на упаковке любой плитки: какао-масло, какао-масса, лецитин, ванилин, сахар.

Идем дальше и попадаем в залы с «историческими экспозициями», демонстрирующими образцы шоколада прошлых лет, историю шоколада известных марок, шоколадный магазинчик прошлого века.

Следующий этап экскурсии — миниатюрная шоколадная фабрика. Мы сможем увидеть, как производится шоколад в наши дни. Процесс полностью автоматизирован и управляется с помощью компьютеров. В работу вовлечено только два человека, которые фасуют шоколадные изделия в пакеты.

На втором уровне музея мы можем познакомиться с многовековой историей шоколада, проследить путь какао-бобов от момента их выращивания до получения конечного изделия, а также узнать самые древние рецепты изготовления шоколада и других продуктов, созданных на его основе.

На третьем уровне музея представлены достижения шоколадной индустрии Европы. Здесь можно узнать множество интересных и занимательных фактов о таких знаменитых марках, как Kinder Surprise, Mars, Snickers, RitterSport, Milka и многих других.

Многочисленные постеры, открытки, эмалированные таблички с изображением шоколада помогают почувствовать атмосферу начала XX в., когда шоколад начал приобретать широкую популярность.

Одним из самых впечатляющих экспонатов музея является огромный шоколадный фонтан высотой 3 метра, в котором циркулирует около 200 кг жидкого шоколада. Шоколад разрешается пробовать прямо из фонтана, для этого посетителям предлагается использовать специальные вафли, которые можно опускать в сладкую массу.

2. Основная часть

Работа с текстом. Задания:

1. В тексте встречаются слова одной части речи, обозначающей количество предметов, число, а также порядок при счете. Назовите эту часть речи и укажите, в чем состоит особенность ее написания.
2. Выберите из текста числительные и грамотно прочитайте их. Определите лексико-грамматические разряды числительных.

3. Назовите лексические, этимологические и морфологические особенности слова *какао*.
Дайте о нем как можно больше информации.

4. Верно ли утверждение, что индейцы варили молочный шоколад?

5. Составьте глоссарий терминов, встречающихся в тексте. Подготовьте толкование одного из них. Для справки: *глоссарий* — словарь узкоспециализированных терминов в какой-либо отрасли знаний (*ингредиенты, лецитин, ванилин, бренды, постеры...*).

6. Найдите в тексте предложение с перифразой. Приведите свои примеры перифраз.
(*Каждый год сюда приезжает около 650 тысяч любителей «коричневого золота».*)

7 Назовите самые известные в мире марки шоколада, упомянутые в тексте.

8С помощью таблицы установите соответствие «известный шоколад» — «его характерная особенность».

Таблица

Всемирно известная марка шоколада	Характерная особенность
1) Kinder Surprise	1) Шоколадный батончик с жареным арахисом (также с семечками или фундуком), карамелью и нугой, покрытый сверху молочным шоколадом. Является самым продаваемым батончиком в США
2) Milka	2) Известная немецкая марка шоколада, который продается во многих странах мира. Каждая плитка имеет форму квадрата и разделена на 16 меньших по размеру квадратов
3) Mars	3) Бренд молочного шоколада, принадлежащий компании KraftFoods. Талисман шоколада — сиренево-белая корова. Рекламные ролики привлекательны и отлично запоминаются. В них непременно изображаются альпийские луга, бездонное голубое небо, яркое солнце, чистые ручьи и зеленая травка
4) RitterSport	4) Шоколад, содержащий внутри пластиковый контейнер с игрушкой или сувениром. Торговая марка принадлежит итальянской компании Ferrero. Любим детьми и коллекционерами
5) Snickers	5) Это продукция одной из самых известных кондитерских фирм США и всего мира. Первыми ее изделиями были слепленные вручную конфеты. Штаб-квартира расположена в штате Виргиния.

Батончики этой фирмы отличаются от других изделий тем, что в них нет орехов

—Вы только что выполнили задание, проверяющее, хорошо ли вам известны названия знаменитых марок шоколада. А как называют шоколад, конфеты, печенье, мармелад, вафли, карамель в нашей стране? Все ли названия вам нравятся?

Пришло время найти ответ на главный вопрос нашего кейса «Сладкие загадки, или Почему не все конфеты нам хочется попробовать? ».

Представьте себе, что вы занимаетесь маркетингом и ваша специальность — маркетолог. Изучите предлагаемый материал и выполните задания.

Маркетолог — это специалист по изучению рынка, потребностей и предпочтений потребителей (товара, имиджа, деятельности компании в целом и т.д.). Данный специалист оценивает, какая продукция будет пользоваться спросом и почему, предлагает пути продвижения нового товара или возможности увеличения продаж уже существующего, собирает и анализирует статистическую информацию, оценивает действия конкурентов, проводит мониторинг отрасли, организует работу исследовательской команды, выясняющей предпочтения потенциальных покупателей, обрабатывает полученную информацию, делает прогноз и подготавливает рекомендации.

— Товар, который вы продвигаете на рынке, — продукция кондитерских фабрик. Вы понимаете, что от названия продукции зависит и успешность ее продвижения в торговле. Всем известно утверждение: «Реклама — двигатель торговли». Часто само название товара является его рекламой, помогает создать у потребителя запоминающийся образ. Если говорить о названиях различных видов конфет, то впервые мы встречаемся с ними, разглядывая упаковку.

Упаковка — одно из немногих рекламных средств, которое неизменно привлекает внимание потребителя. Она дает информацию о товаре и одновременно предлагает его, выделяя из массы аналогичных изделий. Многие покупатели выбирают товар по упаковке. Хорошая упаковка свидетельствует о высоком качестве самого продукта.

Часто название конфет помогает предположить, какой у них вкус, например «Клубничные» и т. д. Другая группа названий вызывает в памяти имена героев сказок: «Дикие лебеди», «Незнайка», «Золотой ключик», «Красная Шапочка».

А теперь задание группам (оно распечатано):

1 группа

1. Прочитайте названия кондитерских изделий. Какой образ хотели создать авторы названий?

- 1) Вафли «Ха-ха-тушки»;
- 2) конфета молочная «Буренка-мудренка» (Рузанна);
- 3) карамель «Проказница Муму» (Слад-Ко);
- 4) конфеты «Огонек» (г. Рыбинск);
- 5) конфеты «Анютини глазки» (г. Рыбинск);
- 6) конфеты «Пилот-снайпер» (СладКо);
- 7) конфеты «Лесная загадка»;
- 8) карамель «Кроха Туля» (СладКо).

1. Попробуйте объяснить, почему авторы выбрали именно такие названия. Какие ассоциации вызывают у вас эти названия?

2. Подумайте, какие средства языка используют авторы, чтобы привлечь внимание покупателей.

3. Укажите удачные и неудачные, на ваш взгляд, названия. Что бы вы, как маркетологи, не стали предлагать потенциальным покупателям? Ответ объясните.

2 группа

2. Прочитайте названия кондитерских изделий известных белорусских фабрик «Коммунарка» (г. Минск), «Спартак» (г. Гомель), «Витьба» (г. Витебск), а также сладкой продукции из города Мозыря:

- шоколадные конфеты «Березка», «Баядерка», «Сорванец», «Теленок Борька», «Домовичок», «Вишневая сказка», «Ромашковый рай», «Сверстник», «Чернобровочка», «Милые сердцу», «Припевочка», «Шутки от Мишутки», «Белорусская картошка», «Лиса Плутовка», «Снегири», «Рябиновая роща»;
- зефир «Розовая жемчужина», «Снежный бархат»;
- печенье «Сладкий листопад»;
- карамель «Ясноокая», «Светофор»;
- шоколад «Дары Полесья», «Спартак», «Дракоша Гоша».

1. Будучи специалистами в области маркетинга, выберите товары, которые, на ваш взгляд, будут пользоваться спросом у покупателей (выделите их названия маркером). Порассуждайте, что привлекло вас в этих названиях.

2. Какие виды конфет и прочих сладостей вы бы вообще не купили? (Подчеркните названия.)

3. Объясните свой выбор с помощью одного примера.

4. Предложите свои названия;

шоколад _____;
шоколадные конфеты _____;
карамель _____ ;
печенье _____;
мармелад _____ ;
зефир _____.

5. Представьте от своей группы макет обертки (фантика) любого из сладких изделий.

3. Послесловие. Завершающая часть урока.

Защита своих материалов.

Рефлексия.

Выбор наиболее удачных решений.

Самооценка.

Литература:

- РЯШ №11 2013 Добротина И.Н. Развитие умений информационной переработки текста с использованием приемов современных образовательных технологий
- Фрейре П. Образование как практика освобождения. [Электронный ресурс]. URL: http://prosv.ru/ebooks/pdf/prul_freire.pdf
- Интернет-ресурсы
- <http://www.uppro.ru/specproject/prom-turizm/chocolate-muzeum.html>
- <http://www.chocolatewords.ru/>
- <http://yandex.ru/yandsearch>
- <http://belkonditer.ru/shop/new/page-21/>