



Лучшая туристическая
фирма года

УРОК-ЯРМАРКА

Урок проводится в курсе «Экономической и социальной географии мира», после изучения темы «География международных экономических связей».

■ Подготовительный этап

- На предыдущем уроке класс разбит на две смешанные группы (с позиции уровня обученности учащихся).
- Каждая группа представляет туристическую фирму.
- Каждая туристическая фирма разрабатывает: название, логотип и девиз, рекламный ролик фирмы; туристический маршрут по одной из стран Зарубежной Европы (по выбору); выбирается президент туристической фирмы (капитан команды); составляется маршрут по достопримечательностям выбранной фирмой страны (не более 10 слов).
- Туристический маршрут и рекламный ролик оформляются в наглядной форме. Учитель может предложить образец выполнения рекламного ролика и туристического маршрута, а учащиеся по аналогии составляют свой вариант.
- Для составления кроссворда учитель рекомендует соответствующую литературу, из которой учащиеся могут почерпнуть необходимый материал.
- При распределении заданий капитанам выдаются определенные требования

Требования

- к представлению работы:
 - - четкость изложения
 - -соблюдение регламента
 - -оригинальность оформления и изложения материала
- к участникам:
 - - участие в работе всех членов команды
 - -корректность поведения

Целью игры является решение основного вопроса : какие регионы мира принимают основные международные потоки туристов и с чем это связано?

Ход игры.

Ведущий:

Сегодня наше занятие мы посвящаем международному туризму - это одна из самых молодых форм международных экономических связей между странами мира, которая в современных условиях возросшего благосостояния, культурных запросов населения, развитой транспортной системы, получила широкое развитие. В ряде стран она стала отраслью международной специализации, приносящей не малые доходы государству (Австрия, Швейцария, Франция, Италия, Ватикан, Греция, Испания, Монако и др.).

Наш сегодняшний урок мы проведем в виде ярмарки. Ярмарка - это периодически действующий рынок, т.е. рынок, собирающийся регулярно в одно и то же время года, в определенном месте, на определенный срок. Цель ярмарки - дать возможность ее участникам - экспонентам выставить образцы своего производства, продемонстрировать новые достижения с целью заключения торговых и других сделок. На нашей ярмарке представлены две ведущие туристические фирмы, которые сегодня предложат свои самые лучшие маршруты, разработанные силами своих сотрудников.

Жюри определит лучшую туристическую фирму года!

Просим фирмы - представьтесь!

Конкурсы

«Визитная карточка»



«Визитная карточка»

Каждая команда представляет «визитную карточку» своей туристической фирмы, состоящую из:

- названия фирмы
- логотипа
- девиза
- рекламного ролика

Время ответа: 3-5 минут

Максимальное количество баллов: 5

«Туристический маршрут»



© Erik Johansson

«Туристический маршрут»

Каждая команда представляет свой оригинальный маршрут по выбранной стране (презентация).

Время ответа: 5-7 минут

Максимальное количество баллов: 10

«Неизвестные нам страны»



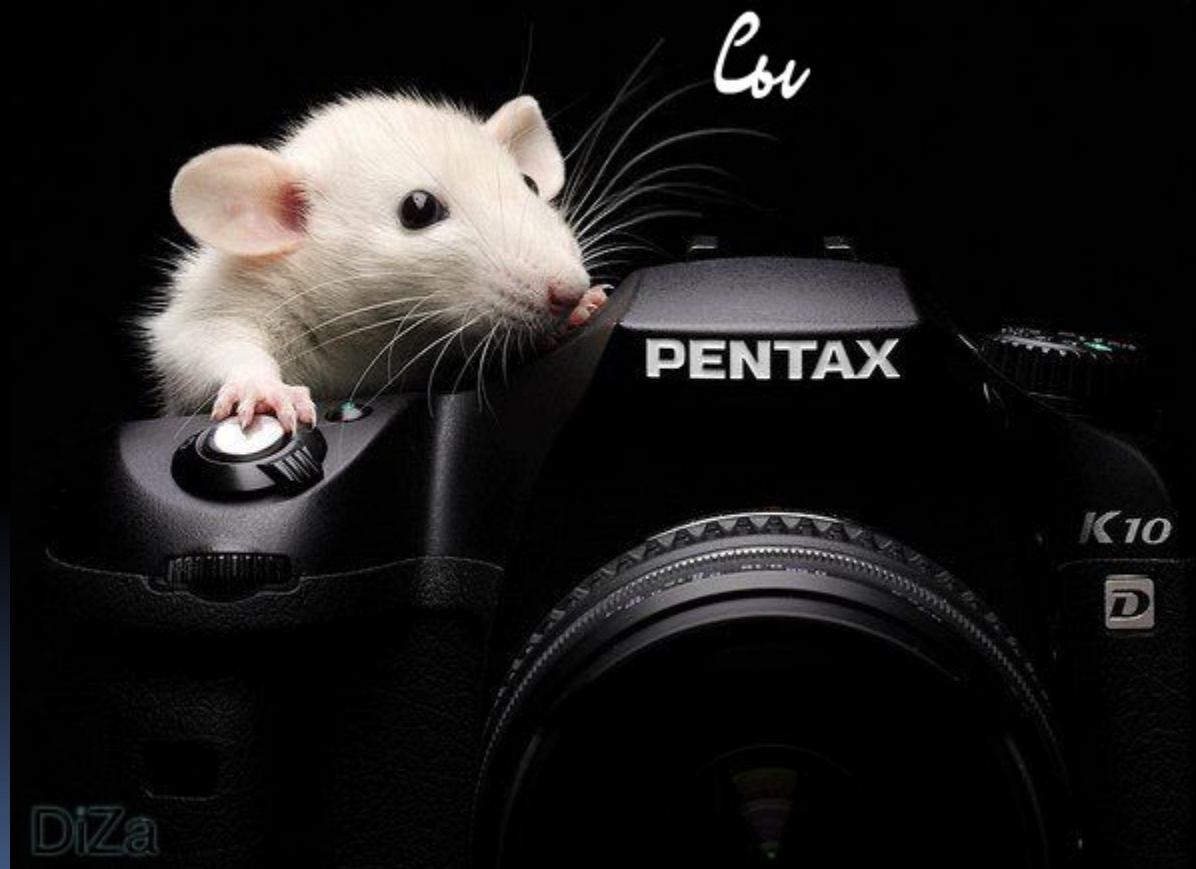
«Неизвестные нам страны»

Команды обмениваются
заранее подготовленными
кроссвордами
в которых не более десяти
вопросов

Время работы: 5-7 минут

Максимальное количество баллов: 10

«Реклама»





«Реклама»

Команде необходимо из набора слов составить рекламный слоган.

Время на работу: 5 минут
максимальное количество баллов: 10

«Реклама»

Для составления рекламного слогана используем слова:

- город
- счастье
- трава
- автомобиль
- шум
- палатка

Заключительный этап.


По окончании игры, жюри присуждает 1,2 места командам - участницам по вышеуказанным критериям. При выставлении итоговой отметки каждого ученика за урок учитывается степень его работы в группе.

Присуждаются две номинации :

- « Акула туристического бизнеса»
- « Младенец туристического бизнеса».

Вы лучшие!!!





Презентацию подготовила
учитель географии ГБОУ СОШ №622 с углубленным изучением
предметов области знания «Искусство»
ЦАО города Москвы

**ГАЛКИНА ОЛЬГА
АНАТОЛЬЕВНА**