

Муниципальное бюджетное дошкольное образовательное учреждение детский сад общеразвивающего вида с приоритетным осуществлением деятельности по одному из направлений развития детей № 4 «Звездочка»

**Занятия по формированию
основ финансовой грамотности
для детей 5-7 лет
на второе полугодие 2022-2023гг.**

Разработала
воспитатель Захарова А.В.

п. Шушенское
2022г.

Январь

Занятие 15.

Тема: Экскурсия в магазин.

Цель: закрепление представлений детей о понятии «цена, ценник, товар, касса, кассир, продавцы».

Задачи:

Образовательная: подвести детей к пониманию того, что у каждой семьи – свой доход.

Развивающие: развивать представление детей о профессии «продавец».

Воспитывающие: воспитывать доброе отношение к сверстникам.

Оборудование/материалы: несколько монет (до 1 рубля) для каждого ребёнка (предварительно договориться с родителями, чтобы они дали детям монеты).

Предварительная работа: воспитатель заранее посещает какой-либо магазин, договаривается о предстоящем визите детей, содержании общения с детьми; дружелюбном, серьёзном разговоре с ними.

Деятельность воспитателя

Детям в соответствии с программным содержанием занятия показывают товары, знакомят с продавцом и кассиром. «Ребята, как вы думаете, почему в магазине так много ценников?» Дети размышляют. «Правильно, потому что у каждой вещи — своя цена. А почему?» Дети высказываются. «Дело в том, что для изготовления какой-либо вещи требуется материал. Он может быть как ценным, редким, дорогим (например, натуральный шёлк), так и широко распространённым (пластмасса). Вещь может быть изготовлена на заводе, который выпускает каждый день тысячи таких вещей (например, зубная щётка). А есть такие вещи, которые делаются вручную (скажем, фарфоровая посуда). Получается, чем ценнее материал, из которого изготовлен предмет, чем больше человеческого труда и умения требуется для его производства, тем дороже будет эта вещь».

В подготовительной группе завершается экскурсия предложением педагога что-либо купить. Поскольку денег на покупку каждому индивидуально не хватит, педагог предлагает: «Если бы мы все вместе сложили деньги, то смогли бы купить печенье или конфеты к чаю». Необходимо понаблюдать за тем, как будут реагировать на это предложение дети. Похвалить тех, кто с удовольствием согласился: «Это хороший поступок. Так поступают люди, которые умеют делиться с другими. Их называют щедрыми и добрыми, — поясняет педагог. — По возвращении в детский сад я расскажу о меценатах — о богатых людях, которые помогают другим». Дети благодарят работников магазина за встречу и возвращаются в детский сад.

Занятие 16

Тема: Меценаты. Благотворительная деятельность.

Цель: знакомство детей с понятием «меценат», формирование представлений о деятельности меценатов.

Задачи:

Образовательная: познакомить детей с понятием «меценат», расширить представление о «богатстве», «бедности» и «щедрости».

Развивающие: развивать представление детей о профессии «меценат».

Воспитывающие: воспитывать в детях уважение к людям, занимающимся благотворительной деятельностью.

Оборудование/материалы: Биографии С.Т. Морозова, С.М. и П.М. Третьяковых, С.И. Мамонтова¹; иллюстрации с изображением этих меценатов, Третьяковской галереи в Лаврушинском переулке, здания МХТ им. А.П. Чехова, усадьбы Абрамцево².

Деятельность воспитателя

Педагог рассказывает детям: «Среди богатых людей есть люди щедрые и благородные. Они помогают тем, кто нуждается, жертвуют (отдают добровольно, безвозмездно, не требуя вернуть) крупные суммы денег на строительство больниц, детских садов, школ, спортивных площадок, городских парков и т. д., то есть занимаются благотворительностью. Не только богатые, но и многие простые люди тоже помогают нуждающимся — перечисляют небольшие деньги, например, на лечение больному ребёнку. Это тоже благотворительность».

Среди богатых людей есть и такие, которые покровительствуют (то есть поддерживают, защищают) талантливым художникам, музыкантам, артистам, у которых нет ни средств, ни знакомств для того, чтобы самостоятельно добиться успеха в своей профессии. Таких богатых покровителей искусства называют меценатами. Они сделали и делают много добрых дел, поэтому их знают и помнят.

Одни из самых известных меценатов — Павел и Сергей Третьяковы, Савва Морозов и Савва Мамонтов. Эти меценаты, жившие больше ста лет назад, внесли огромный вклад в развитие русского искусства: братья Третьяковы — собиратели живописи, основатели картинной галереи, которая теперь известна как Третьяковская галерея; Савва Морозов — покровитель Московского художественного театра (ныне — МХТ им. А.П. Чехова); Савва Мамонтов — основатель Частной русской оперы (сегодня — Московский театр оперетты)». Педагог, рассказывая о меценатах, показывает иллюстрации. Можно подробно рассказать об одном из меценатов. В заключение дети повторяют понятия, с которыми они познакомились, и называют имена меценатов, о которых узнали.

С детьми подготовительной группы проводится игра «Я меценат».

Тема: Деньги разных стран.

Цель: формирование представлений детей, что в разных странах валюта может быть разная, в нашей стране «рубль».

Задачи:

Образовательная: познакомить детей с понятием «валюта», расширить представление о «рубле», дать понятие «иностранные деньги», объяснить детям почему надо менять деньги, когда едешь в другую страну.

Развивающие: развивать представление детей о деньгах.

Воспитывающие: воспитывать в детях бережное отношение к деньгам.

Оборудование/материалы: настоящие деньги: рубли, доллар и евро (любого достоинства); карта мира и маленькие флажки или разноцветные кнопки.

Деятельность воспитателя

Воспитатель: «В нашей стране деньги называются „рубли“ (1 рубль, 2 рубля, 100 рублей и т. д.). В каждой стране есть свои деньги, и у них есть своё название. Например: евро в странах Европейского Союза, доллар — в США, юань — в Китае, рупии — в Индии, песо — в Мексике; тенге — в Казахстане, гривна — на Украине, лари — в Грузии, манаты — в Азербайджане.

Вот карта мира, карта всех стран. У меня есть флажки. На каждом написано название денег какой-то страны». Педагог произносит название валюты. Дети говорят, к какой стране она относится, и педагог прикрепляет флажок к этой стране на карте. Работа завершается игрой «Кругосветное путешествие». Воспитатель: «Ребята, в какую страну вы хотите отправиться?» (Или: «Ребята, сегодня я предлагаю вам отправиться в...») Дети называют страну, например Индию. Воспитатель показывает на карте, где расположена Индия. Воспитатель: «Рубли мы поменяем на рупии. Видите флажок? На нём написано: „Рупии“. Значит, в Индии товары можно купить на рупии».

В конце игры воспитатель просит детей вспомнить, кто в какой стране отдыхал с родителями и название денег, на которые их семья делала покупки. Педагог предлагает воспитанникам начать коллекционировать деньги других стран (монеты малого достоинства). Он должен предупредить об этом родителей и попросить их помочь в этой работе.

Примечание. С первого раза дети могут не запомнить названия денег разных стран. Для закрепления полученной информации воспитатель в свободное время читает и рассказывает дошкольникам о людях разных стран, их культуре. Дети вместе с воспитателем и родителями собирают коллекцию денег стран ближнего и дальнего зарубежья, изучают их художественные достоинства.

Февраль

Занятие 18

Тема: Закрепление пройденного материала.

Цель: закрепление полученных знаний по формированию финансовой грамотности.

Задачи:

Образовательная: закрепить экономические знания детей в разных видах деятельности, закрепить понятие «покупка», «распродажа», «дорого», «дешево».

Развивающие: развивать финансовое мышление.

Воспитывающие: воспитывать в детях желание выполнять свою работу качественно (только хороши продукт стоит дорого!).

Оборудование/материалы: изделия сделанные детьми, образцы денег разного достоинства и «товарные чеки».

Деятельность воспитателя

Воспитатель говорит детям, что сегодня они будут рисовать посуду и сувениры с гжельской росписью, чтобы продать их «купцам» — «торговцам». Те придут покупать «товары» для предстоящей ярмарки. «Купцы» будут оценивать «товар» и определять его качество. Воспитатель заранее настраивает детей на то, что дорого стоит только товар высокого качества; брак не покупают, он ничего не стоит! Нужно объяснить, что с «купцами» можно торговаться, если детям покажется, что цена изделия занижена. Чем дороже продашь товар, тем больше заработаешь, но при этом надо постараться создать изделие высокого качества.

1-я часть. Дети рисуют посуду или игрушки и расписывают их под гжель. 1 Дидактические материалы. 79

2-я часть. Продажа «купцам» своих изделий (купцов могут изображать воспитатели и другие сотрудники детского сада). «Торговля» проходит очень интересно в том случае, если дети активно участвуют в анализе качества выполненной работы, а «купцы» объективно оценивают результаты (старался, очень красиво выполнил, работа высокого качества и т. д.). Дети получают «деньги», складывают в свои кошельки и направляются за покупками.

3-я часть. В импровизированном магазине дети могут купить понравившиеся им игрушки. Здесь есть касса, кассир, выдаются чеки. На каждой из игрушек — ценник. Задача ребёнка — соотнести стоимость игрушки с заработанными «деньгами» (желаемое и возможное). Дети очень хорошо понимают условность купли, так как сами деньги — условные.

4-я часть. В подготовительной группе варианты работы могут быть такими:

- а) детям предлагают поиграть с игрушками, которые они купили;
- б) может быть решена специальная педагогическая задача: создаётся ситуация, когда дети должны сложить оставшиеся деньги и купить какую-то игрушку («ЛЕГО», «Строитель») для детей всей группы;
- в) может быть создана ситуация, когда воспитатель «неожиданно вспоминает», что у их няни день рождения («Может быть, купим ей подарок

все вместе?»). Ситуация очень показательна в том смысле, что есть возможность выяснить, с каким трудом дети расстаются с оставшимися деньгами, как постепенно они начинают легче расставаться с ними.

РЕКЛАММА: ЖЕЛАНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ

Занятие 19

Тема: Зачем нужна реклама?

Цель: формирование представлений детей о «рекламе».

Задачи:

Образовательная: познакомить детей с понятием «реклама», дать представление о том, что реклама является одним из средств информации о товаре и услуге.

Развивающие: развивать навыки рекламирования своего продукта.

Воспитывающие: воспитывать у детей более глубокий интерес к рекламе и ее значению.

Оборудование/материалы: яркие рекламные буклеты, листки, книги, в которых есть реклама.

Деятельность воспитателя

Воспитатель в специально отведённое время раскладывает на столе разные виды печатной рекламной продукции и приглашает детей рассмотреть всё, что лежит у него на столе. (Дети могут стоять вокруг стола или вокруг двух сдвинутых столов, ходить вокруг них и рассматривать рекламную продукцию.) Дети, умеющие читать, читают вслух текст рекламы. Воспитатель обращается к детям: «Посмотрите и скажите, как можно одним словом назвать всю печатную продукцию на этих столах. Реклама — это устное или напечатанное сообщение о том, что и где можно купить, какие услуги могут предоставить людям. Например, рядом открылся большой магазин, аптека, химчистка, а может быть, какой-то детский центр, бассейн и т. д. Я вышла вчера и увидела, что в нашем доме открылась туристическая фирма, в которой можно приобрести путёвку и отправиться в путешествие.

Кто из вас наблюдателен и может рассказать, появилось ли что-то новое рядом с вашим домом, и если да, то как вы об этом узнали? Вам об этом сообщила реклама?» Дети рассказывают, обсуждают. Педагог поощряет детей, оценивает их наблюдательность, интерес к тому, что происходит на их улице, в их городе.

«Как вы думаете, для кого делается реклама? Она делается для взрослых: для мамы, папы, бабушки дедушки, то есть для тех, у кого есть деньги и кто может купить рекламируемый товар или услугу. У детей нет денег, но если им что-то понравилось, они могут попросить родителей купить им. Нельзя

обижаться, плакать, кричать, требовать. Купи мне, я хочу!“, а надо вежливо попросить маму купить, когда у неё будут для этой покупки деньги».

Педагог предлагает детям вспомнить, какую рекламу они видели. Обычно это превращается в спектакль, дети с удовольствием копируют разные рекламные ролики, иногда близко к тексту, передавая мимику и жесты героев рекламы.

В заключение можно прочитать детям небольшой рассказ «Реклама» из книги И.Ф. Шведовой «Экономическая азбука для детей и взрослых»

В подготовительной группе детям предлагается нарисовать рекламу своего продукта.

Занятие 20

Тема: Какой бывает реклама.

Цель: расширение представлений детей о «рекламе».

Задачи:

Образовательная: продолжать знакомить детей с видами рекламы «щитовая» и «транспортная».

Развивающие: развивать умения различать рекламу.

Воспитывающие: воспитывать у детей более глубокий интерес к рекламе и ее значению.

Оборудование/материалы: фотографии разных видов рекламы.

Деятельность воспитателя

Воспитатель напоминает детям содержание их прошлого разговора. Уточняет само понятие и назначение рекламы.

«Мы теперь знаем, что реклама — это сообщение взрослым о разных товарах (где их можно купить), услугах, которые предоставляют людям разные фирмы, организации (например, ремонт одежды, химчистка, музыкальная или спортивная школа, школа танцев и т. д.).

Ребята, кто из вас может сказать, какими услугами пользуется ваша семья? Может, вы обращались куда-нибудь за какими-то услугами вместе с бабушкой или мамой?» Если дети не могут вспомнить, педагог подсказывает разные виды услуг. Затем педагог сообщает детям о новых видах рекламы, демонстрируя фотографии, на которых изображены примеры рекламы.

Педагог предлагает детям элемент соревнования: «Давайте назовём буквы, из которых состоит слово „реклама“. Давайте придумаем с вами слова на каждую букву. Кто больше придумает?»

Слово «реклама» желательно написать на доске, расположив буквы столбиком, и рядом с каждой буквой записывать слова, которые называют дети.

Педагог подводит итог, называя самых активных детей, которые умеют быстро подбирать слова, рассказывают о рекламе, проявляют интерес к ней. **В подготовительной группе педагог просит детей в следующий раз принести в детский сад рекламные листки, которые обычно опускают в почтовый ящик (и предупреждает об этом задании родителей).**

Занятие 21

Тема: Кем и где делается реклама.

Цель: ознакомление детей с процессом создания рекламы.

Задачи:

Образовательная: познакомить детей с понятием «рекламоизготовитель», «Рекламное агентство», профессиями людей, заказывающих и изготавливающих рекламу.

Развивающие: развивать представление детей о честной и нечестной (необъективной) рекламе.

Воспитывающие: воспитывать у детей более глубокий интерес к рекламе и ее значению.

Оборудование/материалы: иллюстрация с изображением рекламного агентства и его сотрудников за работой; стихотворение «Как старик корову продавал» С.В. Михалкова.

Деятельность воспитателя

Педагог обсуждает вместе с детьми содержание рекламных листов, которые те принесли (поощряет тех, кто не забыл выполнить его задание); спрашивает, что бы они купили, если бы были взрослыми.

«Для того чтобы изготовить яркую, красивую, привлекательную рекламу своего товара и успешно его продать, продавец — его называют рекламодатель — обращается к рекламоизготовителю — в рекламное агентство. В нём над изготовлением рекламы трудятся люди разных профессий — художники, копирайтеры (люди, которые пишут тексты для рекламы), артисты, конструкторы. Рекламоизготовитель принимает заказы на рекламу товаров и разных услуг. Рекламодатель знакомит со своим товаром рекламоизготовителя, объясняет, кому товар адресован, а рекламоизготовитель предлагает рекламу».

В ходе рассказа педагог демонстрирует иллюстрацию с изображением рекламного агентства и его сотрудников.

«Мы хотим купить хорошие качественные товары. Но в магазинах, на рынках продают разные товары — и качественные, и не очень, бывает даже брак. Продавцу надо продать все товары, какие у него есть в магазине. Часто он так хвалит свой товар, что мы его покупаем. И если покупатель не будет внимательно проверять то, что он хочет купить, его могут обмануть»

Послушайте стихотворение, которое я сейчас вам прочитаю. Многим детям оно знакомо.

Воспитатель читает стихотворение С.В. Михалкова «Как старик корову продавал». Оно очень показательное с точки зрения рекламного воздействия на покупателя.

После прочтения педагог задаёт детям вопросы.

«Как вы думаете, почему старик раздумал корову продавать? Он даже сказал: „Такая корова нужна самому!..“ Честная ли была реклама?»

Дети размышляют, высказывают своё мнение.

«Видите, какую силу может иметь реклама! Рекламу называют двигателем торговли, потому что реклама помогает продавцам продавать, а нам — покупать». **В подготовительной группе педагог просит детей дома нарисовать, как старик продавал корову. (Попросить родителей помочь ребёнку.)**

Март

Занятие 22

Тема: Уличная реклама.

Цель: ознакомление детей с уличной рекламой.

Задачи:

Образовательная: познакомить детей с понятием «уличная реклама».

Развивающие: развивать представление детей о наружной рекламе.

Воспитывающие: воспитывать у детей эстетическое отношение к месту своего проживания (к подъезду, дому, двору, улице, городу), подвести детей к пониманию необходимости соблюдать чистоту и порядок.

Деятельность воспитателя

Проводится экскурсия на ближайшую улицу около дошкольной организации. Дети стоят в безопасном месте, откуда есть хороший обзор проходящего мимо транспорта. Педагог обращает внимание детей на рекламу: на транспорте, движущуюся рекламу в каком-то определённом месте (около метро, какого-либо учреждения), на щитовую; на то, что изображено, что написано, почему так расположена щитовая реклама. Дети обсуждают увиденное.

Побеседовать с детьми о том, как выглядит их подъезд, наклеена ли реклама на стены и двери. Дать оценку недопустимой деятельности рекламораспространителей, которые расклеивают рекламные листки на стенах и дверях домов, столбах, чем портят внешний вид улиц, домов. Для каждого вида рекламы определено своё место. Педагог сообщает детям о том, что есть Закон о рекламе, в котором говорится о том, где, какую рекламу, в каком месте можно распространять: вывешивать, расклеивать и т. д. Так, щитовую рекламу нельзя устанавливать в таких местах, где она может мешать транспорту, проходящим людям и т. д. Показывает правильно установленные щиты и т. д. Рассказывает о том, что рекламораспространители — это и средства массовой информации: радио, телевидение, газеты и журналы, Интернет.

В заключение педагог просит детей обратить внимание на рекламу на их улице и рассказать о ней всем детям. На следующем занятии педагог проводит с детьми беседу по результатам экскурсии, спрашивает о впечатлениях детей. Дети рассказывают о рекламе на своей улице.

Занятие 23

Тема: Работа с рекламными буклетами (детского содержания).

Цель: ознакомление детей с рекламными буклетами.

Задачи:

Образовательная: совершенствовать представления о понятиях «рекламоизготовитель», «рекламопроизводитель», «рекламоизготовитель».

Развивающие: развивать представление детей о важности рекламы.

Воспитывающие: подвести детей к пониманию того, что прежде чем что-то купить, надо обязательно посоветоваться с родителями о целесообразности покупки: нужна ли эта вещь, достаточно ли у родителей денег, чтобы купить понравившуюся игрушку сразу, или надо накопить средства для её приобретения.

Оборудование: рекламные листки и буклеты, яркие и привлекательные: реклама детской косметики, игрушек, детской мебели, то есть товаров для детей (реклама, доступная детскому восприятию).

Деятельность воспитателя

Дети с помощью педагога вспоминают, кто такие «рекламоизготовитель», «рекламораспространитель», «рекламоизготовитель» и чем они занимаются. Рассматривают рекламные листки и буклеты и обсуждают их содержание. Педагог читает неоконченный рассказ «Пришла Маша в магазин игрушек...»:

«Во время прогулки по новой, малознакомой улице мама показала Маше красивый дом и сказала: „Это Дом игрушек“. Маша так выразительно посмотрела на маму, что та сразу поняла: Маше очень хочется увидеть, какие игрушки здесь продаются. Мама сказала: „Сегодня мы только посмотрим на игрушки, но покупать ничего не будем. Когда я получу зарплату, мы придём сюда снова, хорошо?“ Маша согласилась. И они направились в „Дом игрушек“. Перед входом в магазин Маша увидела красиво оформленные витрины. Вокруг стола сидела кукольная семья. Красивые куклы, их дети в игрушечных колясках... У Маши загорелись глаза. Мама предложила Маше посмотреть витрину с другими игрушками. Маша быстро оглядела её и вновь вернулась к кукольной семье. Она никак не могла от неё отойти. „Мама, я очень хочу вот эту куклу. Купи мне её, пожалуйста!“ — сказала Маша».

Педагог задаёт детям вопрос: «Что было дальше?». Дети придумывают окончание рассказа. Педагог выслушивает разные варианты ответов детей.

Педагог подводит итог обсуждению: «Прежде чем что-либо купить, надо сначала посоветоваться с родителями (бабушкой, дедушкой), есть ли деньги на приобретение желаемого».

Занятие 24

Тема: «Если бы у меня было собственное дело...».

Цель: закрепление представлений детей о значении рекламы.

Задачи:

Образовательная: закрепить полученные экономические знания о рекламе.

Развивающие: развивать у детей творческое воображение, интерес к рекламной деятельности.

Воспитывающие: воспитывать у детей осторожность к рекламе.

Деятельность воспитателя

Вначале педагог беседует с детьми о том, что такое собственное дело и что у каждого предприятия есть хозяин, руководитель фирмы, директор («Например, в нашем детском саду руководитель — заведующая детским садом Татьяна Иннокентьевна»).

Воспитатель предлагает детям: «Давайте придумаем рекламу своего предприятия! Например, у вас есть завод, который делает автомобили, или обувь, или мороженое, или посуду. А может, мы хотим дать рекламу нашего детского сада, чтобы родители приводили к нам своих малышей?»

Дети могут сочинять рекламу вместе с воспитателем. При этом необходимо активизировать собственный языковой опыт каждого ребёнка, поощрять использование приёмов фольклора, пословиц, поговорок, примеров из художественной литературы, жизненных ситуаций. Возможны варианты рекламы в стихах.

Вероятно, что на первых порах такое задание для детей окажется сложным. Как правило, получается описание товара, но нет заключения (призыва) купить товар, зайти посмотреть и т. д. Хорошо, если педагог сам придумает рекламу, показав образец составления, а затем дети последуют его примеру. Возможен вариант, когда дети придумывают свой текст (в прозе или стихотворной форме) к знакомой рекламе, которую они больше всего любят: о жевательной резинке, напитке, туристических поездках, разных игрушках, чае, кофе, мороженом и т. д.

В подготовительно группе дать задание родителям вместе с ребёнком придумать любую рекламу (например, любимой передачи, любимого блюда, книги какого-то детского писателя) и представить её для обсуждения на следующем занятии другим детям и воспитателю.

Занятие 25

Тема: Играем в рекламу.

Цель: закрепление представлений детей о значении рекламы.

Задачи:

Образовательная: закрепить полученные экономические знания о рекламе.

Развивающие: развивать у детей творческое воображение, интерес к рекламной деятельности.

Воспитывающие: воспитывать у детей осторожность к рекламе.

Оборудование: материалы, необходимые для изготовления аппликации, рисования, конструирования.

Деятельность воспитателя

Дети придумывают рекламу. При этом могут использовать разные средства её подачи — устно, в стихах, в прозе; рисуют карандашами и красками, делают аппликацию, конструируют: строят игрушечную фабрику, рисуют предприятия «Торт», «Мороженое», «Лыжи», «Поздравительные открытки», «Сувениры», «Гжель», «Жостовская роспись» и др. Рекламу можно представить, используя одно средство выражения либо комбинируя несколько: один «элемент» дела нарисовать, другой — слепить, ещё один — сконструировать и т. п. Результаты деятельности должны каким-либо образом отражать рекламируемое дело.

В заключение занятия педагог предлагает придумать словесную рекламу своего дела. Воспитатель просит детей подумать, как могут узнать все жители их города (посёлка), что открылось новое предприятие; о том, какие товары они могут купить («Об этом надо сказать, то есть дать рекламу так, чтобы всем захотелось приобрести ваш товар»).

Опыт показывает, насколько безграничны, неожиданны и интересны творчество и изобретательность старших дошкольников. Правда, вначале выполнение задания может не получиться, если предварительная работа была недостаточно разносторонней, если дети не до конца поняли смысл рекламы (яркость, красочность, ёмкость слов). Но постепенно дети начинают осознавать её смысл. Этот этап ознакомления с рекламой окажется особенно интересным, если детям дать задание: «Придумайте вместе с родителями рекламу дома». Часто дети и родители придумывают такую рекламу, которая практически не уступает профессиональной телерекламе.

Вот, например, реклама телепередачи «Улица Сезам»:

Я знаю буквы, знаю цифры,

Чуть-чуть умею я писать.

Не знаю только логарифмы —

Лишь потому, что рано знать.

А как же может быть иначе?

Смотрю одну я передачу,

Да и сейчас совет вам дам:

«Смотрите „Улицу Сезам“». (Ксюша с папой)

Или, например, реклама печенья:

Хлопья, шарики, колечки

С кофе, чаем, молоком,

Как орешки, мы жуём.

Очень вкусная еда!

Все съедим мы без следа! (Юля с мамой)

По предложению педагога и собственному желанию дети могут придумывать рекламу разных магазинов, своего детского сада и т. д.

