

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/320435>

Тип работы: Реферат

Предмет: Реклама и PR

Содержание

Введение 3

1. Понятие критического мышления 4

2. Особенности обучения критическому мышлению 8

3. Коммерческая реклама как инструмент обучения критическому мышлению 13

Заключение 20

Список использованных источников 21

Введение

В изменяющемся мире для учащихся необходимо уметь анализировать информацию и решать, что является главным, уметь выразить своё отношение к новым идеям и знаниям, давать понятие чему-то новому, отвергать неуместную и ненужную информацию.

Те, кто наиболее критически подходит к схематическим знаниям и практическому опыту, полагают, что одних только знаний недостаточно. Они считают, что знания тогда ценны, когда они полезны, когда они понятны в схематических терминах и могут быть применены практически, творчески и критически.

Критическое мышление – это здоровое сомнение в чём-то. Перед нами стоит задача – работать на конечный результат, учить детей, чтобы ребёнок умел найти главное. “Каждый получает ровно столько, сколько вкладывает сам”.

Обучение критическому мышлению – нелёгкая задача. Нет какого-то перечня шагов, которые ведут к критическому мышлению. Но существуют определённые условия и подходы, способствующие развитию критического мышления:

- учащиеся должны располагать временем и возможностью практики в критическом мышлении;
- ученики должны поощряться в ходе учебного процесса;
- должны быть приняты разнообразные идеи и мнения;
- в классе должна быть создана атмосфера, в которой нет насмешек, иронии над чьим-либо мнением;
- учитель должен верить в способности каждого ученика.

1. Понятие критического мышления

Термин «критическое мышление» известен с давних пор. При этом в профессиональном языке педагогов-практиков в России его стали употреблять сравнительно недавно. Связано это неоднозначностью данного понятия. С одной стороны критические мышления предлагает спор, конфликт. Критичность, исходя из взглядов и. канта, прежде всего, - признание ограниченности, несовершенства собственных взглядов индивида на обществе.

С другой стороны - критическое мышление объединяет понятие «критическое мышление», «аналитическое мышление», «логическое мышление», «творческое мышление», и т.д. об этом говорится в работах таких известных психологов, как Ж. Пиаже, ДЖ. Бруннер, Л.С. Выготский. На сегодняшний день в различных научных исследованиях можно найти совершенно не похожие друг на друга определения термина «критическое мышление».

Критическое мышление, по мнению Дж. А. Брауса и Д. Вуда,- это поиск здравого смысла и умение отказаться от собственных предупреждений. По мнению Д.Халпера, критическое мышление- это «использование таких когнитивных навыков или стратегий, которые увеличивают вероятность получения желаемого результата, ...отличается взвешенностью, логичностью и целенаправленностью... это определение характеризует мышление как нечто отличающееся контролируемостью, обоснованностью и целенаправленностью,- такой тип мышления, к которому прибегают при решении задач, формулировании выводов, вероятностной оценке и принятии решений.

При этом думающий использует навыки, которые обоснованы и эффективны для конкретной ситуации и типа решаемой задачи» Критическое мышление определено как «умелое

Список использованных источников

1. Терминологический словарь библиотекаря по социально-экономической тематике.
URL:<https://socialeconom.academic.ru/2171/Слоган> (Дата обращения: 19.03.2019).
2. Ученова В. В. История рекламы / В. В. Ученова, Н. В. Старых. – СПб.: Питер, 2002. – 304 с. 4.
3. Огилви Д. О рекламе. URL: [http://www.litmir/me/br/?b=225550&p=1](http://www.litmir.me/br/?b=225550&p=1) (Дата обращения 03.07.2019).
4. Джууэтт Г.С., О'Доннел В. Пропаганда и внушение. URL: <https://psyfactor.org/lib/propaganda13.htm> (Дата обращения: 22.03.2019).
6. Каменева В. А. Манипуляция и/или пропаганда? Функциональные особенности социальной рекламы // Политическая лингвистика. – 2013. – № 2. – С. 35–39.
5. URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/289314>. (Дата обращения: 16.03.2019).
6. Зиновьева Л.М. Реклама в интернете как одн из способов социального навязывания.
URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/reklama-v-internete-kak-odin-iz-sposobov-sotsialnogonavyazyvaniya> (Дата обращения: 15.03.2019)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/320435>