

Temat:

Co warto wiedzieć o reklamie?

 Czas zajęć:
45 minut

Cele ogólne:

- rozwijanie postawy dystansu wobec reklam i odporności na ich sugestie
- kształtowanie pozytywnych wartości i rozsądnych oraz refleksyjnych postaw

Cele operacyjne:

Uczeń potrafi:

- wyjaśnić, czym jest reklama i jakie funkcje pełni
- wskazać różne źródła reklam
- budować komunikat reklamowy z podanych zdań i wypowiedzeń
- nie przyjmować bezkrytycznie wszystkiego, co nam oferuje reklama
- współpracować w grupie i całą klasą

Metody nauczania:

Burza mózgów, zabawa dydaktyczna/tematyczna, eliminatka, pogadanka, praca z tekstem, pokaz (prezentacja multimedialna). Rozmowa z opisem, ćwiczenie, działania praktyczne, burza mózgów, sytuacyjna.

Formy organizacji zajęć:

Zbiorowa praca jednolita, grupowa praca jednolita i zróżnicowana, praca indywidualna jednolita.

Środki dydaktyczne:

Rekwizyty do scenki sytuacyjnej (atrakcyjne dla dzieci w młodszym wieku szkolnym); encyklopedia dla dzieci lub słownik języka polskiego; kartki z wyrazami do ELIMINATKI (duży format na tablicę i pomniejszone zestawy dla grup) (Załącznik 1); nagranie (krótkie spoty reklamowe – wybór nauczyciela); prezentacja multimedialna: CO POWINNIŚMY WIEDZIEĆ O REKLAMIE (Załącznik 2); schemat obrazujący tworzenie najprostszej reklamy (Załącznik 3); karty pracy dla grup (Załącznik 4).

Przebieg zajęć:

1. Wprowadzenie. Zabawa tematyczna „KUP ZABAWKĘ”.
Nauczyciel wybiera dwóch uczniów, którzy mają za zadanie namówić kolegów z klasy do zakupu zabawki (wybór zabawki jest decyzją nauczyciela). Prezenterzy mogą w dowolny sposób namawiać do zakupu zabawki (np.: poprzez zachwalanie cech produktu, wskazanie jego walorów estetycznych, wskazywanie korzyści z jego posiadania, itp.). Rozmowa na temat zastosowanych przez kolegów sposobów przekonywania do zakupu zabawki.
2. Zabawa dydaktyczna: „ELIMINATKA”
Zadaniem uczniów jest wyeliminowanie wyrazów, które w żaden sposób nie pasują do hasła: REKLAMA – praca w parach (Załącznik 1)

prezentacja	kościół	tolerancja	informacja	wtorek
promocja	przekonywać	namowa	koleżeński	grupa

3. Definiowanie pojęcia reklama.
Na podstawie powyższego ćwiczenia uczniowie wyjaśniają rozumienie pojęcia: reklama, a następnie odszukują i odczytują definicję z encyklopedii dla dzieci lub ze słownika języka polskiego – praca w grupach.
4. Jak reklamy zachęcają nas do kupowania? Próba odpowiedzi na pytanie: Które reklamy nam się najbardziej podobają i dlaczego? Obejrzenie i omówienie:
 - spotu reklamowego dostępnego w zasobach Internetu (wskazane jest, aby prezentowany materiał zawierał również reklamę adresowaną do dzieci),
 - prezentacji multimedialnej (Załącznik 2).
 Prezentacja powinna zawierać rodzaje reklam, środki przekazu (np. postacie, zwierzęta, tekst łatwy do zapamiętania, rymowane hasło nakłaniające do działania – zakupu). Nauczyciel powinien podkreślić wszechobecność reklam w naszym życiu.
5. Pokaz i objaśnienie schematu tworzenia najprostszych reklam. Wyjaśniamy uczniom, że wiele reklam tworzonych jest według schematu – (Prezentacja multimedialna – slajd 5)



6. Tworzenie krótkiej reklamy na podstawie schematu – praca w grupach.
Zadaniem uczniów jest ułożenie tekstu reklamy zgodnie z poleceniem zawartym w karcie pracy (Załącznik 4).
7. Rozsądne i refleksyjne korzystanie z reklam – burza mózgów. Przy ramionach gwiazdy uczniowie wpisują propozycje dotyczące pytania: W jaki sposób należy korzystać z reklam?



8. Podsumowanie ćwiczenia. Nie należy bezkrytycznie wierzyć reklamom, ponieważ pokazują produkt w sposób idealistyczny. Reklamę warto zawsze poddać ocenie osób, do których mamy zaufanie, np. rodziców. Opinie o danym produkcie można sprawdzić na internetowych forach, gdzie wypowiadają się ich użytkownicy. Przed zakupem warto zastanowić się, czy na pewno dany produkt jest dobry i czy rzeczywiście jest nam potrzebny.
9. Podsumowanie zajęć.