



**LABORATORIUM
DYDAKTYKI CYFROWEJ**
DLA SZKÓŁ WOJEWÓDZTWA
MAŁOPOLSKIEGO



NA CZYM POLEGA SKUTECZNOŚĆ REKLAMY? DOBRA I ZŁA PERSWAZJA



JĘZYK POLSKI



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI



Matopolska



MCDN
www.mcdn.edu.pl



**MINISTERSTWO
NARODOWEJ
Edukacji**

**UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOLECZNY**



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Poradnik powstał w wyniku współpracy zespołu nauczycieli, trenerów i autorów:

Jakub Aleksandrowicz, Dominika Hofman-Kozłowska, Anna Tarczoń, Ewa Tomasik,
Lucyna Wojtas

Na czym polega skuteczność reklamy? Dobra i zła perswazja



Czas trwania zajęć: jedna jednostka lekcyjna



Cel zajęć



Cele wynikające z podstawy programowej

Uczeń:

- nabywa wiedzę na temat skuteczności reklamy gazetowej, radiowej, internetowej a w szczególności telewizyjnej;
- rozwija następujące wątki dotyczące skuteczności reklamy:
 - czym jest reklama – czyli kogo, do czego i w jaki sposób namawia?
 - jakimi technikami posługują się poszczególne media – do jakich zmysłów i uczuć próbują dotrzeć?
 - jakie cechy powinien mieć język reklamy by być skutecznym?
 - etyczność reklamy – co, jak i komu wolno reklamować?



Cele operacyjne osiąmane przez uczniów

Uczeń:

- potrafi wykorzystać film z serwisu YouTube do samodzielnego poznania podstawowych technik perswazji w reklamie;
- potrafi przeanalizować i ocenić język reklamy w różnych typach mediów;
- potrafi odróżnić informację od opinii w różnych typach mediów;
- potrafi ocenić moralny aspekt reklamy (od informacji do manipulacji).



Organizacja lekcji

Infrastruktura

- Uczniowie będą pracowali w zespołach. Każdy zespół powinien mieć do dyspozycji przynajmniej jeden laptop lub komputer z połączeniem do Internetu;
- Układ stołów powinien umożliwiać pracę 4-5 osobowych zespołów;
- Proponowany układ stołów: „podkowa”;
- Nauczyciel powinien mieć dostęp do swojego komputera z dostępem do Internetu, podłączonego do rzutnika lub tablicy multimedialnej.

Zasoby

- Materiały udostępnione na Dysku Google lub w zamkniętej grupie na Facebooku.
 - film o Samsungu:
<https://www.youtube.com/watch?v=6Lp0lmiDi3o&feature=youtu.be>
 - przykładowe reklamy:
 1. <http://www.youtube.com/watch?v=DB1nrLmXl7U>
 2. <http://www.youtube.com/user/Bekopolska?v=hHOKWELv7hM>
 3. <http://www.youtube.com/watch?v=q12zexdeUw>
 4. <http://www.youtube.com/watch?NR=1&feature=endscreen&v=2kVeKwyTuNk>
 5. <http://www.youtube.com/watch?v=Z8GTc1leBko>
 6. <http://www.youtube.com/watch?v=tTK1ujh2Zs0>
- Mapa myśli przygotowana na stronie www.coggle.it
- Film na temat perswazji: <https://www.youtube.com/watch?v=3gZSG2AkyCU>
- Program do tworzenia screencastów www.screencastomatic.com – wyjaśnić uczniom jak działa.

Przygotowanie do lekcji

Nauczyciel powinien przed lekcją:

- Sprawdzić aktualność powyższych zasobów. W razie problemów zastąpić je innymi.
- Stworzyć dokument na Dysku Google, umieścić na nim powyższe materiały do analizy (film o Samsungu i reklamy) i udostępnić go wszystkim uczniom na 7 dni przed planowaną lekcją.
- Założyć konto na stronie do tworzenia map myśli www.coggle.it.
- Sprawdzić czy film na temat perswazji działa.
- Poznać program screencast-o-matic, aby wyjaśnić jego działanie uczniom.

Czynności po lekcji

Nauczyciel po lekcji powinien:

- Sprawdzić i ocenić (według zasad ustalonych wcześniej z uczniami) zadanie domowe przedstawione w tabeli poniżej.

Przebieg procesu dydaktycznego



LEKCJA

Praca własna uczniów.

Cel: przygotowanie się do lekcji w klasie.

Przed lekcją przekaz uczniom, że mają za zadanie:

- zobaczyć film o Samsungu i zredagować krótką notatkę w punktach, w której wymieni elementy wpływające na skuteczność reklamy.
- zapoznać się z udostępnionymi przez Ciebie reklamami.

Udostępnij uczniom określone zasoby na Dysku Google lub zamkniętej grupie na Facebooku.

Materiały udostępnione na Dysku Google
lub w zamkniętej grupie na Facebooku.

• film o Samsungu:

<https://www.youtube.com/watch?v=6Lp0lmiDi3o&feature=youtu.be>

• reklamy:

1. <http://www.youtube.com/watch?v=DB1nrLmXl7U>

2. <http://www.youtube.com/user/Bekopolska?v=hHOkWELv7hM>

3. <http://www.youtube.com/watch?v=q12zexdeUw>

4. <http://www.youtube.com/watch?NR=1&feature=endscreen&v=2kVeKwyTuNk>

5. <http://www.youtube.com/watch?v=Z8GTc1IeBko>

6. <http://www.youtube.com/watch?v=tTK1ujh2Zs0>

Czas: 5 min

1. Sprawy organizacyjne i wprowadzenie do lekcji

- Pierwsze kilka minut zaplanowane jest na sprawy organizacyjne, np. sprawdzenie obecności. Gdy je zakończysz, podaj uczniom temat: „Na czym polega skuteczność reklamy – dobra i zła perswazja”.
- Wyjaśnij cel lekcji: poznanie elementów, które wpływają na skuteczność reklamy oraz umiejętność oceny reklamy w reklamie występuje dobra a kiedy zła perswazja.
- Podziel uczniów na grupy (maksymalnie 5 osób w jednej grupie), w których będą pracowali przez całą lekcję. Każda grupa powinna mieć swój komputer, albo inne urządzenie podłączone do Internetu.

Komputer lub tablet z dostępem do Internetu dla każdej grupy.

Czas: 7 min

2. Mapa skojarzeń dotycząca elementów skutecznej reklamy

Cel: Uczniowie poznają środki perswazji stosowane w reklamach.

- Poproś uczniów o to, aby w grupach zapoznali się z przygotowanymi przez siebie notatkami, w których wypisali elementy wpływające na skuteczność reklamy.
- Uruchom pustą mapę myśli w aplikacji www.coggle.it i udostępnij ją przedstawicielom wszystkich zespołów.
- Zapytaj uczniów o elementy, które wzmacniają siłę perswazji reklamy i poproś, aby każdy zespół wypisał minimum 2 na wspólnej mapie myśli.
- Podsumuj burzę mózgów, wskazując na duże zróżnicowanie środków perswazji używanych w reklamach. Uzupełnij mapę myśli o brakujące środki perswazji.

Komputer nauczyciela z dostępem do internetu, podłączony do rzutnika lub tablicy, z uruchomioną aplikacją coggle.it. Dzięki temu nauczyciel będzie mógł na bieżąco śledzić efekty pracy uczniów.

Mapa myśli w aplikacji www.coogle.it

Czas: 5 min

3. Pojęcia pozytywnej i negatywnej perswazji (manipulacji)

Cel: Uczniowie poznają pojęcia, które ułatwią analizę i ocenę reklam.

- Odtwórz film na temat perswazji:
<https://www.youtube.com/watch?v=3gZSG2AkyCU>
- Zapytaj jak uczniowie rozumieją pojęcie pozytywnej perswazji i negatywnej perswazji (manipulacji)?
- Podsumuj pojęcia, które pojawiły się w filmie i zapisz je na tablicy.

Komputer nauczyciela z dostępem do Internetu, podłączony do rzutnika lub tablicy multimedialnej.

Film na temat perswazji:

<https://www.youtube.com/watch?v=3gZSG2AkyCU>



Czas: 15 min

4. Analiza reklam

Cel: Uczniowie potrafią przeanalizować „zabiegi perswazyjne” dokonywane na odbiorcach reklam.

- Udostępnij każdej grupie karty pracy na Dysku Google (załącznik nr 1), a następnie poproś o ich wypełnienie (posługując się terminami: „perswazja” i „manipulacja” oraz wykorzystując stworzoną mapę myśli).
- Sprawdź czy reklamy się wyświetlają a następnie przydziel każdej grupie materiał do analizy:
 - gr 1 – reklama społeczna
 - gr 2 – reklama sprzętu AGD
 - gr 3 – reklama proszku do prania
 - gr 4 – reklama batonów
 - gr 5 – reklama napoju
 - gr 6 – reklama produktów firmy Adidas
- Na swoim komputerze podłączonym do rzutnika, uruchom wszystkie reklamy (wyłącz tylko dźwięk) aby każda grupa miała wgląd w materiał, który analizują inni.

Komputer lub tablet z dostępem do Internetu dla każdej grupy.
Karty pracy (załącznik nr 1) na Dysku Google.
Reklamy udostępnione przed lekcją (punkt 1).

Czas: 10 min

5. Podsumowanie efektów prac – prezentacje

Cel: Uczniowie porządkują swoją wiedzę i bazę pojęć dotyczącą reklam. Umieją ją wykorzystać w praktyce, do analizy reklam znanych produktów.

- Po wypełnieniu karty pracy na Dysku Google (załącznik 1), zaprosz lidera każdej grupy do przeprowadzenia 2-minutowej prezentacji – analizy reklamy na forum klasy. Urucho w tle daną reklamę, wyłączając jej dźwięk.

Komputer nauczyciela z dostępem do Internetu, podłączony do rzutnika lub tablicy multimedialnej.

Czas: 3 min

6. Zakończenie lekcji

Cel: Uczniowie znają najważniejsze wnioski z lekcji oraz są w stanie wykonać zadanie domowe.

- Podsumuj najważniejsze wnioski, które padły w trakcie lekcji.
- Zadaż zadanie domowe:

Przygotuj 2 minutowy screencast w programie www.screencast-o-matic.com, w którym omówisz elementy perswazji i manipulacji w reklamach internetowych.

Uwaga: nie chodzi o reklamy telewizyjne umieszczone na Youtube, ale o umieszczone na przykład na portalach informacyjnych lub rozrywkowych.

W ramach screencasta użyj następujących słów kluczy: perswazja, skuteczność reklamy, emocje, przychylność widza, manipulacja.

Swój screencast umieść w dokumencie na Dysku Google do tego przeznaczonym.

Program do tworzenia screencastów: www.screencastomatic.com

Dokument na Dysku Google, w którym uczniowie umieszczą przygotowane screencasty

Informacje metodyczne

Metodyka lekcji

Kluczowy w modelu odwróconej klasy jest fakt, że uczniowie zdobywają i przetwarzają informacje otrzymane przez nauczyciela jeszcze przed lekcją. Dzięki temu mogą to zrobić we własnym tempie, tzn. uczniowie słabsi mogą wskazać filmik zatrzymać, przewinąć, obejrzeć jego pewne fragmenty ponownie. Oczywiście mogą skorzystać także z innych, samodzielnie przez siebie znalezionych materiałów – ważne, aby dobrze przygotowali się do lekcji. Ważne jest, aby nauczyciel był konsekwentny i w przypadku, gdy niektórzy uczniowie nie zapoznają się z materiałami przed lekcją, nie postanowił wprowadzić jednak wymaganej teorii na początku lekcji. Gra „Hobbit”

Możliwości zastosowania modelu na innych lekcjach

Wykorzystanie metody odwróconej klasy zmienia tryb pracy nad poszczególnymi treściami lekcji. Używane w tym modelu źródła informacji (np. film) przygotowują do kolejnej lekcji i zastępują standardowe wprowadzenie na początku zajęć. Wiedza zdobyta przed lekcją jest następnie wykorzystywana na lekcji, a czas zaoszczędzony na podawaniu informacji w początkowej fazie lekcji może zostać przeznaczony na zadania wymagające głębszego przetwarzania informacji oraz zadania o większym stopniu otwartości.

Model odwróconej klasy przynosi wiele korzyści, chociaż może też stanowić wyzwanie zarówno dla ucznia, jak i nauczyciela. Główną zaletą jest odwrócenie ról. To uczeń jest tutaj na pierwszym miejscu, pracuje sam lub z innymi uczniami, we własnym tempie. Nauczyciel na etapie przetwarzania wiedzy pomaga jedynie wtedy, kiedy zostanie o to poproszony przez uczniów. Kluczowe dla prawidłowego i owocnego przeprowadzenia całego procesu edukacyjnego metodą odwróconej klasy jest pobudzenie uczniów do aktywności. Brak motywacji uczniów do pracy własnej przed lekcją, na której nastąpi weryfikacja i usystematyzowanie ich wiedzy, może zniweczyć cały plan. Jeśli część uczniów nie przyswoi materiału lub nie będzie aktywnie uczestniczyć na portalu Facebook (wymiana spostrzeżeń i dzielenie się problemami, jakie napotkali w trakcie samodzielnej pracy) czy też współtworzyć dokumentu na Dysku Google, cel nie zostanie w pełni osiągnięty.



SCENARIUSZ 02

ZAŁĄCZNIK NR 1 – REKLAMA – KARTA PRACY

Wpisz podstawowe informacje

Numer grupy:

Skład grupy:

Rodzaj reklamy:

Odpowiedz na pytania

1. Do kogo reklama jest adresowana?

2. W jaki sposób oddziałuje na adresata?

3. Jakie informacje zawiera?

a. Jakie fakty?

b. Jakie opinie?

4. Jakie elementy pozytywnej perswazji i manipulacji zawiera?

a. Elementy pozytywnej perswazji

b. Elementy negatywnej perswazji (manipulacji)



**LABORATORIUM
DYDAKTYKI CYFROWEJ**

**DLA SZKÓŁ WOJEWÓDZTWA
MAŁOPOLSKIEGO**