



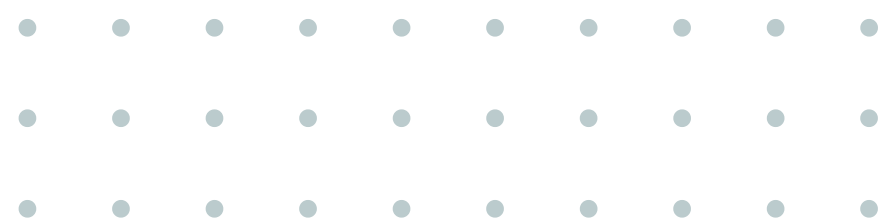
# REKLAMA

*metodika výuky*



**Co-funded by  
the European Union**

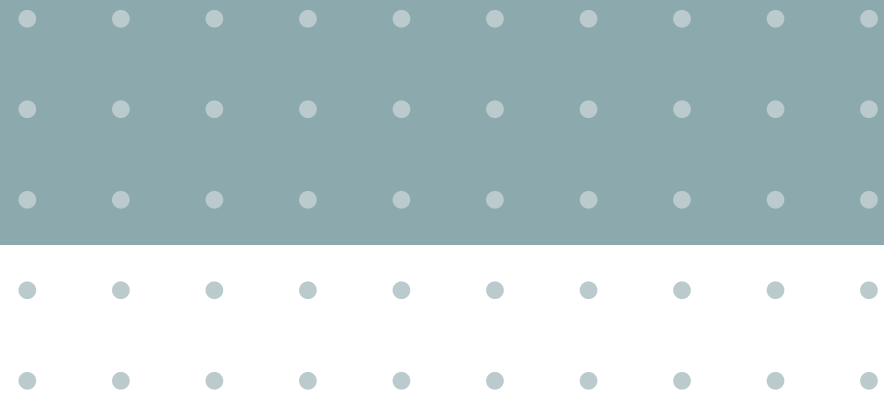
01. CÍL HODINY
02. PŘÍPRAVA UČITELE
03. PRŮBĚH HODINY
04. DOPORUČENÍ
05. TEORIE PRO TÉMA "REKLAMA"
06. EVALUACE



# OBSAH

01.

# CÍL HODINY





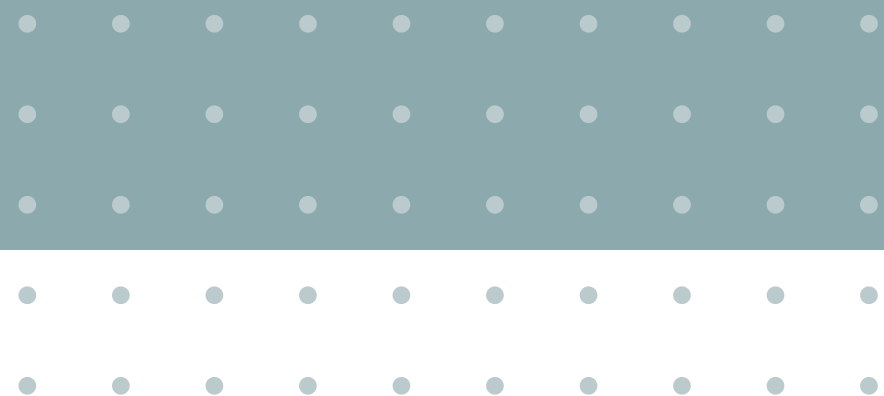
## CÍL HODINY

- Seznámit žáky s tím, co je reklama a jaký má vliv na každodenní život.
- Porozumět základním principům a pravidlům reklamy.
- Rozvíjet kreativitu a kritické myšlení při tvorbě vlastního reklamního plakátu.



02.

# PŘÍPRAVA UČITELE



# PŘÍPRAVA UČITELE

## POMŮCKY

Interaktivní tabule nebo projektor, počítač, připojení k internetu, připravené video, papíry, časopisy, lepidlo, nůžky, barevné fixy a pastelky, tabule a křídly.

## VIDEO

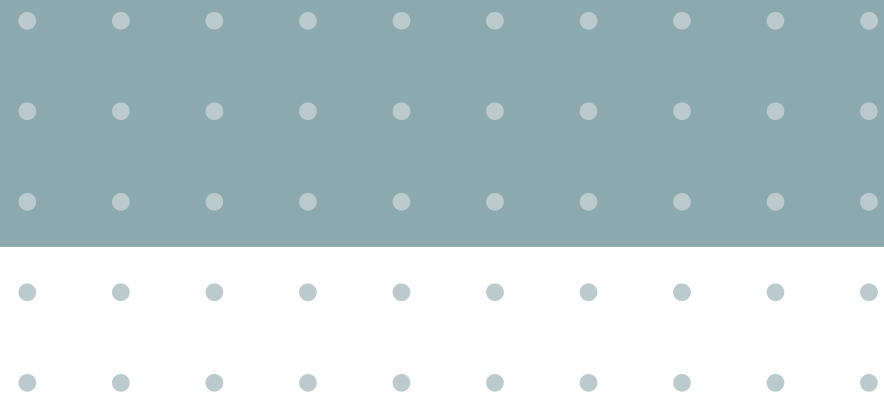
Připravené video na téma "reklama".

## TEORIE

Teoretická příprava učitele.

03.

# PRŮBĚH HODINY

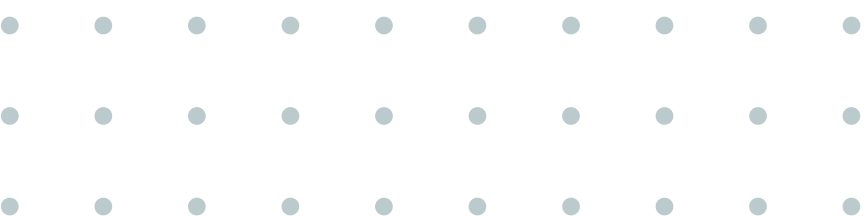


# ÚVOD

1. Seznámení s tématem: Učitel žákům stručně představí téma hodiny – reklama.
2. Promítnutí videa: Učitel pustí video

## Scénář videa:

- **Cíl videa:** Ukázat vliv reklamy na každodenní život a základní principy reklamy.
- **Děj videa:**
  - Studenti sledují videa na YouTube, přeruší je reklama.
  - Rozhovor o reklamách.
  - Učitel vysvětluje, co je reklama a její důležitost.
  - Příklady různých reklamních médií.
  - Diskuse o pravidlech reklamy.
  - Zadání úkolu: vytvořit vlastní reklamní plakát.





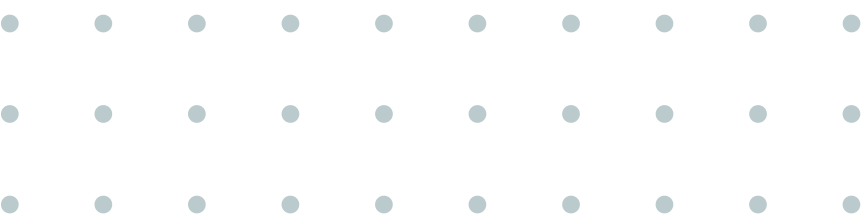
# TEORETICKÁ ČÁST

## 3. Diskuse po videu:

- Učitel se zeptá žáků na jejich dojmy z videa a otázky, které se jim s tématem spojily.

## 4. Vysvětlení základních pojmů:

- Co je to reklama a proč je důležitá.
- Jaké jsou hlavní cíle reklamy.
- Různá média, kde se reklamy objevují (internet, televize, časopisy, venkovní reklama).
- Základní pravidla tvorby reklamy (pravdivost, přitažlivost, přesvědčivost).
- Pravidla, která musí reklama dodržovat.



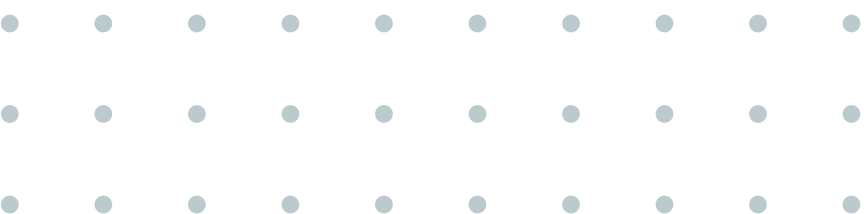
# TVOŘIVÁ ČÁST

## 5. Zadání úkolu:

- Učitel rozdá žákům papíry, časopisy, lepidlo, nůžky a další výtvarné pomůcky.
- Učitel zadá úkol vytvořit reklamní plakát formou koláže.
- Žáci si vyberou produkt, který chtějí propagovat, a vytvoří co nejvíce přitažlivější a nejlákavější plakát.

## 6. Tvorba plakátů:

- Žáci pracují na svých plakátech. Učitel obchází a poskytuje podporu a rady.



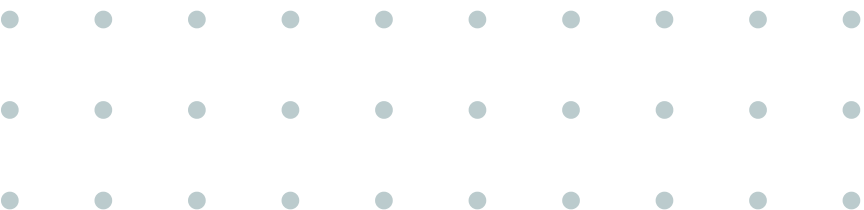
# PREZENTACE A HODNOCENÍ

## 7. Prezentace plakátů:

- Každý žák představí svůj plakát před třídou. Popíše, jaký produkt propaguje a jaké prvky použil, aby plakát byl atraktivní.

## 8. Diskuse a hodnocení:

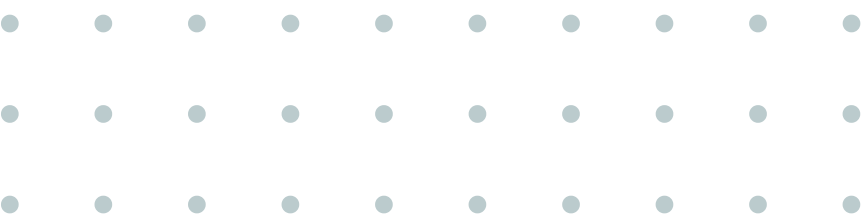
- Ostatní žáci a učitel hodnotí plakát z hlediska přitažlivosti, pravdivosti a přesvědčivosti.
- Diskuse na téma, jaký plakát je nejúčinnější a proč.
- Reflexe toho, co se žáci naučili o reklamě a její tvorbě.



# ZÁVĚR HODINY

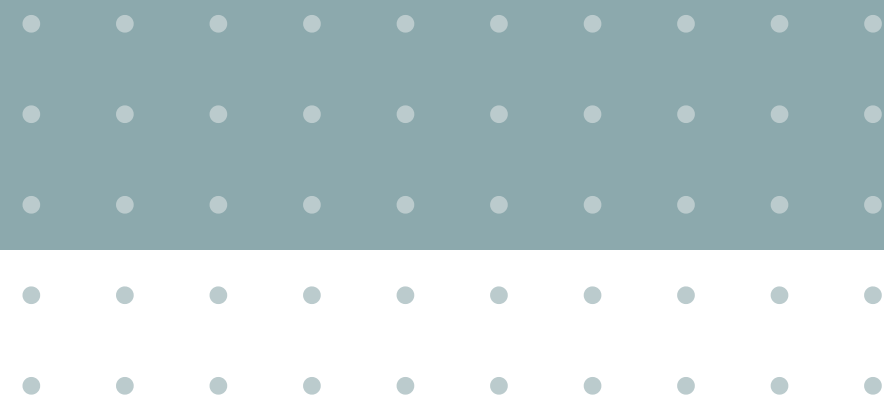
## 9. Shrnutí:

- Učitel shrne hlavní body hodiny: co je reklama, její vliv a pravidla tvorby.
- Učitel ocení snahu a kreativitu žáků.
- Krátká diskuse o tom, co se žákům nejvíce líbilo nebo co by se chtěli dozvědět více.

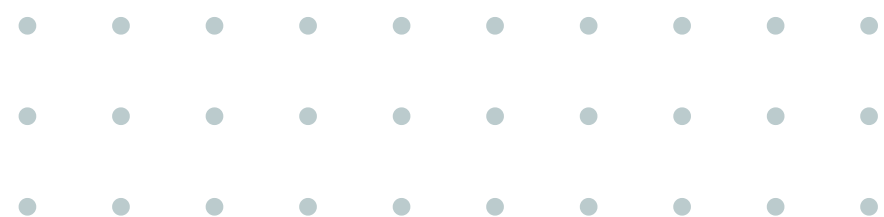


04.

# DOPORUČENÍ PRO UČITELE



- Připravit se na možné otázky žáků týkající se etiky reklamy.
- Mít připravené různé typy reklam pro ilustraci (printové reklamy, videoreklamy, online reklamy).
- Být připraven na to, že někteří žáci mohou potřebovat více času nebo podpory při tvorbě plakátu.
- Povzbuzovat žáky k tomu, aby přemýšleli kriticky a kreativně.



05.

# TEORIE PRO TÉMA "REKLAMA"



# CO JE TO REKLAMA A PROČ JE DŮLEŽITÁ

Reklama je forma komunikace, jejímž cílem je informovat, přesvědčit nebo připomenout potenciálním zákazníkům určité produkty nebo služby. Pomáhá firmám dosáhnout širokého publika a zvyšuje povědomí o jejich nabídce.





# DŮLEŽITOST REKLAMY:

- **Zvýšení povědomí:** Reklama pomáhá firmám zvýšit povědomí o jejich produktech nebo službách. Potenciální zákazníci se dozvídají o nových produktech, slevách nebo speciálních nabídkách.
- **Přesvědčení:** Reklama může zákazníky přesvědčit, aby si vybrali konkrétní produkt nebo službu před konkurencí. Používá emocionální a logické argumenty, aby ovlivnila rozhodování zákazníků.
- **Připomenutí:** Reklama také slouží k připomenutí existujících zákazníků o produktech, které již znají, aby si je znovu koupili.



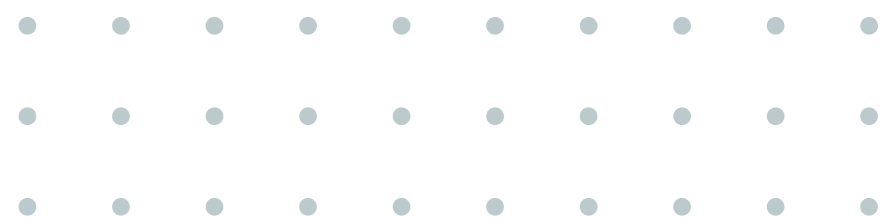
# JAKÉ JSOU HLAVNÍ CÍLE REKLAMY

- **Informovat:** Poskytnout informace o nových produktech, funkcích nebo změnách ceny.
- **Přesvědčit:** Přimět zákazníky, aby si koupili určitý produkt nebo službu.
- **Připomenout:** Udržet povědomí o produktu a připomenout zákazníkům jeho existenci.
- **Posílit značku:** Pomáhat budovat a posilovat image značky, aby byla snadno rozpoznatelná a důvěryhodná.



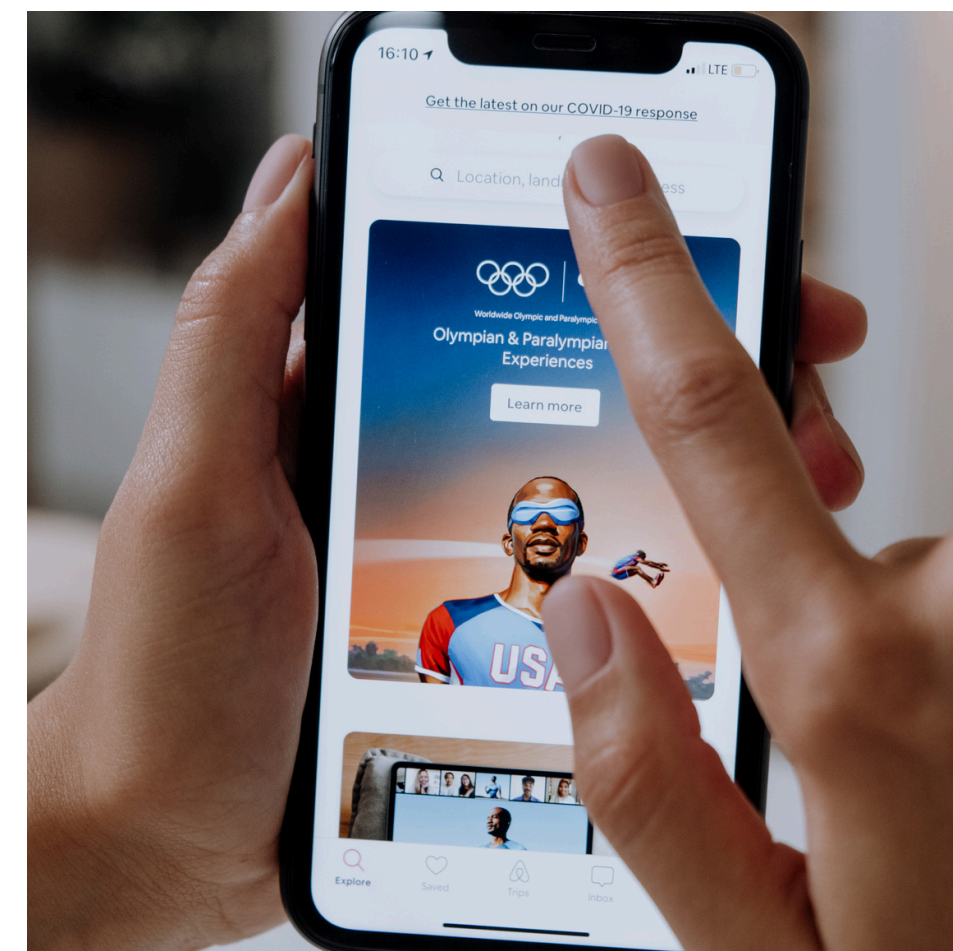
# RŮZNÁ MÉDIA, KDE SE REKLAMY OBJEVUJÍ

- **Televize:** Široký dosah, ale vysoké náklady. Umožňuje vizuální a zvukovou prezentaci.
- **Internet:** Bannery, videoreklamy, sociální sítě, emailové kampaně. Flexibilita a možnost cílení na konkrétní publikum.
- **Tištěná média:** Noviny, časopisy, letáky. Vhodné pro detailní informace a zaměření na specifické skupiny čtenářů.
- **Rádio:** Zvukové reklamy, dobré pro místní trhy a specifické demografické skupiny.
- **Venkovní reklama:** Billboardy, plakáty, digitální obrazovky. Vysoká viditelnost na veřejných místech.
- **Sociální sítě:** Facebook, Instagram, TikTok, YouTube. Umožňují interakci s uživateli a cílení na specifické zájmy.



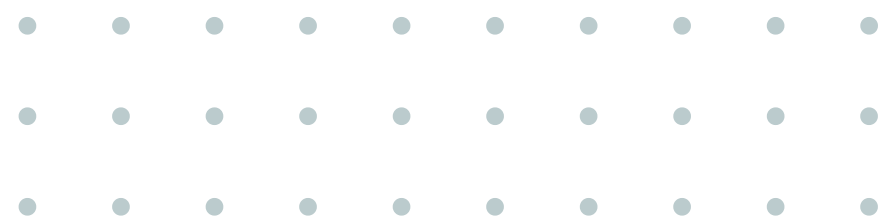
# ZÁKLADNÍ PRAVIDLA TVORBY REKLAMY

- **Pravdivost:** Reklama by neměla klamat zákazníky nepravdivými informacemi.
- **Přitažlivost:** Design a obsah reklamy by měly být atraktivní a poutavé, aby upoutaly pozornost.
- **Přesvědčivost:** Reklama by měla obsahovat argumenty nebo důvody, proč by si zákazník měl produkt nebo službu koupit.
- **Jednoduchost:** Sdělte jasně a stručně hlavní výhody produktu. Příliš komplikované sdělení může zákazníky zmást.
- **Kreativita:** Originální a inovativní přístupy mohou zvýšit zapamatovatelnost reklamy.



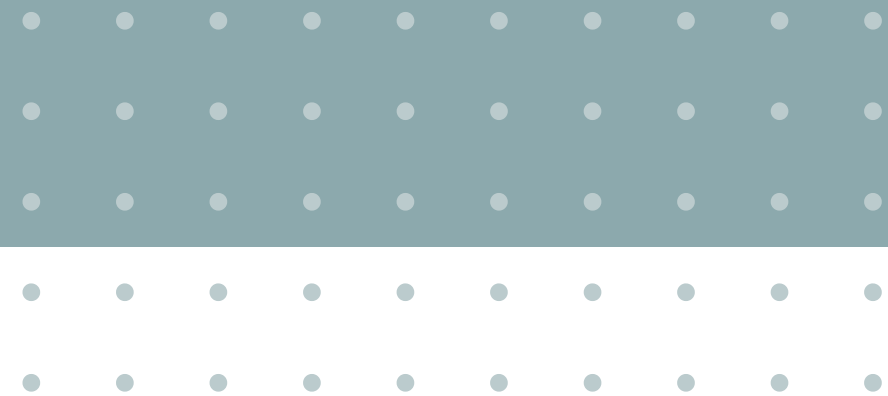
# PRAVIDLA, KTERÁ MUSÍ REKLAMA DODRŽOVAT

- **Neklamavost:** Reklama nesmí obsahovat nepravdivé nebo zavádějící informace, které by mohly uvést spotřebitele v omyl.
- **Etika:** Reklama by měla respektovat etické normy a nevykazovat rasistické, sexistické nebo jinak nevhodné obsahy.
- **Zákonnost:** Reklama musí dodržovat platné právní předpisy, například zákony o ochraně spotřebitele a regulace týkající se reklamních sdělení.
- **Ochrana dětí:** Reklamy zaměřené na děti by měly být zvláště opatrné, aby nepodněcovaly nevhodné chování nebo nákupy.
- **Jasnost:** Reklamy by měly být jasně označené jako reklamy, aby nedocházelo k jejich záměně s redakčním nebo nezávislým obsahem.



06.

# EVAULACE



# 1. HODNOCENÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

## **Kvíz nebo test:**

- Připravte krátký kvíz nebo test obsahující otázky týkající se klíčových bodů teorie o reklamě.
- Otázky mohou zahrnovat následující témata:
  - Definice reklamy a její důležitost.
  - Hlavní cíle reklamy.
  - Různá média, kde se reklamy objevují.
  - Základní pravidla tvorby reklamy.
  - Pravidla, která musí reklama dodržovat.
- Hodnoťte přesnost odpovědí a porozumění studentů.

## **Diskuse a aktivní účast:**

- Sledujte, jak studenti přispívají do diskuse během teoretické části.
- Ohodnoťte studenty za jejich aktivní účast a kvalitu jejich příspěvků.
- Zohledněte jejich schopnost kriticky přemýšlet a klást relevantní otázky.

## 2. HODNOCENÍ TVOŘIVÉ ČÁSTI

### **Kreativita a originalita:**

- Hodnoťte studenty na základě originality jejich plakátu.
- Zvažte, jak dobře studenti využili dostupné materiály (časopisy, lepidlo, nůžky, fixy) k vytvoření jedinečného a přitažlivého plakátu.

### **Vizualita a estetika:**

- Hodnoťte vizuální přitažlivost plakátu.
- Zohledněte použití barev, obrázků a celkový design plakátu.
- Sledujte, zda plakát dokáže upoutat pozornost a je esteticky příjemný.

### **Dodržování pravidel tvorby reklamy:**

- Zkontrolujte, zda studenti dodrželi základní pravidla tvorby reklamy (pravdivost, přitažlivost, přesvědčivost).
- Ohodnoťte, jak dobře studenti integrovali tato pravidla do svých plakátů.



## 3. PREZENTACE A HODNOCENÍ

### Prezentace:

- Hodnoťte schopnost studentů prezentovat svůj plakát před třídou.
- Zohledněte jasnost a strukturu jejich prezentace, schopnost vysvětlit výběr a použití prvků na plakátu.
- Sledujte, jak dobře studenti dokážou argumentovat a obhájit své rozhodnutí.

### Zapojení do diskuse:

- Hodnoťte účast studentů v diskusi o plakátech jejich spolužáků.
- Sledujte, jak dobře dokážou kriticky zhodnotit plakáty ostatních, poskytovat konstruktivní zpětnou vazbu a vyjadřovat své názory.

Kritérium	Maximální počet bodů	Poznámky
<b>Teoretické znalosti</b>		
Kvíz/test	10	Přesnost a úplnost odpovědí.
Aktivní účast v diskusi	5	Kvalita příspěvků a zapojení do diskuse.
<b>Tvořivá část</b>		
Kreativita a originalita	10	Originalita plakátu a využití materiálů.
Vizualita a estetika	10	Vizuální přitažlivost, použití barev a obrázků.
Dodržování pravidel tvorby reklamy	5	Integrace pravidel pravdivosti, přitažlivosti a přesvědčivosti.
<b>Prezentace a hodnocení</b>		
Prezentace plakátu	5	Jasnost, struktura a schopnost obhájit rozhodnutí.
Zapojení do diskuse	5	Kritické hodnocení plakátů ostatních a poskytování konstruktivní zpětné vazby.
<b>Celkem</b>	<b>50</b>	

# ZNÁMKOVÁNÍ NA ZÁKLADĚ BODŮ:

**Výborně (1):** 45–50 bodů

**Chvalitebně (2):** 40–44 bodů

**Dobře (3):** 35–39 bodů

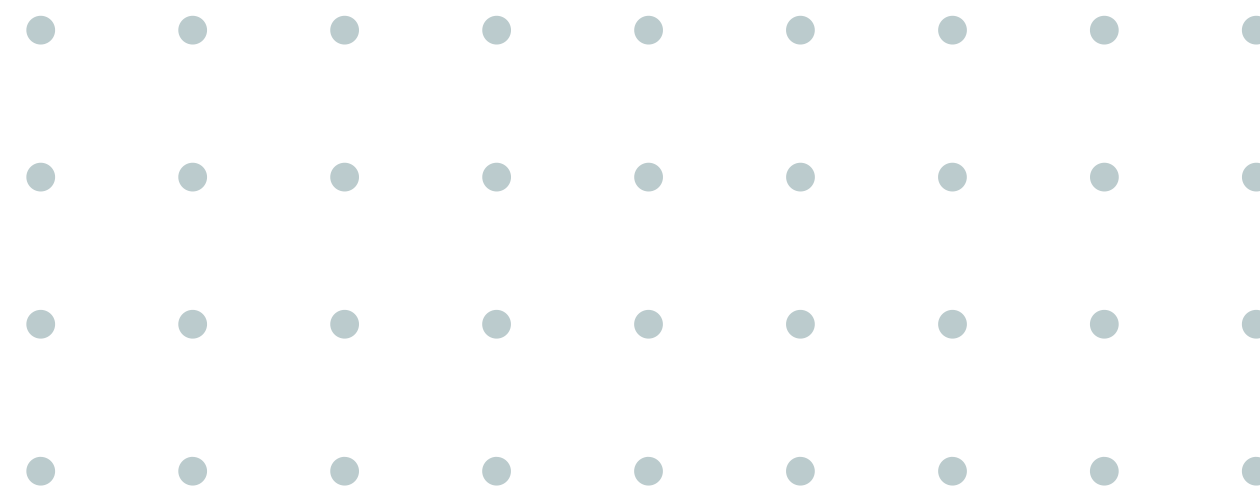
**Dostatečně (4):** 30–34 bodů

**Nedostatečně (5):** méně než 30 bodů



## DOPORUČENÍ PRO UČITELE:

- Použijte kombinaci různých hodnotících metod, abyste získali komplexní pohled na výkon studentů.
- Zajistěte, aby hodnocení bylo spravedlivé a transparentní, a vysvětlete studentům, na základě jakých kritérií budou hodnoceni.
- Povzbuzujte studenty k tomu, aby se aktivně zapojovali do všech částí hodiny, aby mohli získat co nejvíce bodů.



## ZDROJE:

MIČIENKA, MAREK A JIRÁK, JAN. ZÁKLADY MEDIÁLNÍ VÝCHOVY. PRAHA: PORTÁL, 2007. ISBN 978-80-7367-315-4.

KOTLER, P. MARKETING MANAGEMENT. 10. ROZŠÍŘENÉ VYD. PRAHA, 2001. 720 S. ISBN 80- 247-0016-6

BARTÁKOVÁ, ZDEŇKA. EVALUACE VE VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH. ONLINE. DIPLOMOVÁ PRÁCE. OLOMOUC: UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI, FILOZOFICKÁ FAKULTA. 2015. DOSTUPNÉ Z: [HTTPS://THESES.CZ/ID/HTAPKP/](https://theses.cz/id/HTAPKP/).

OBRÁZKY: CANVA.COM