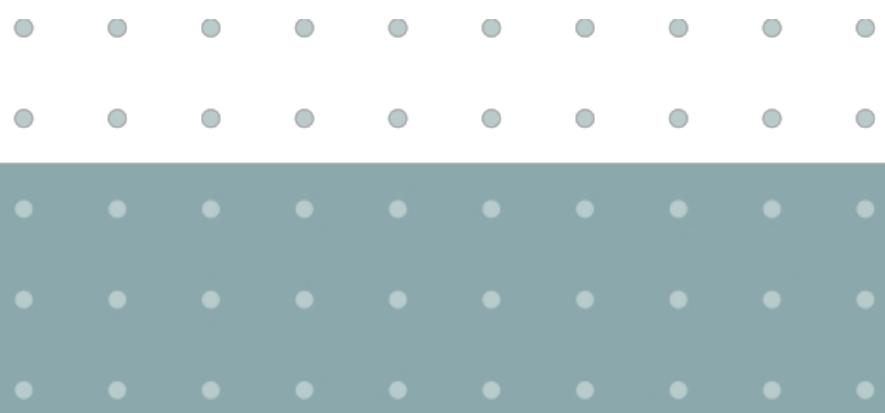




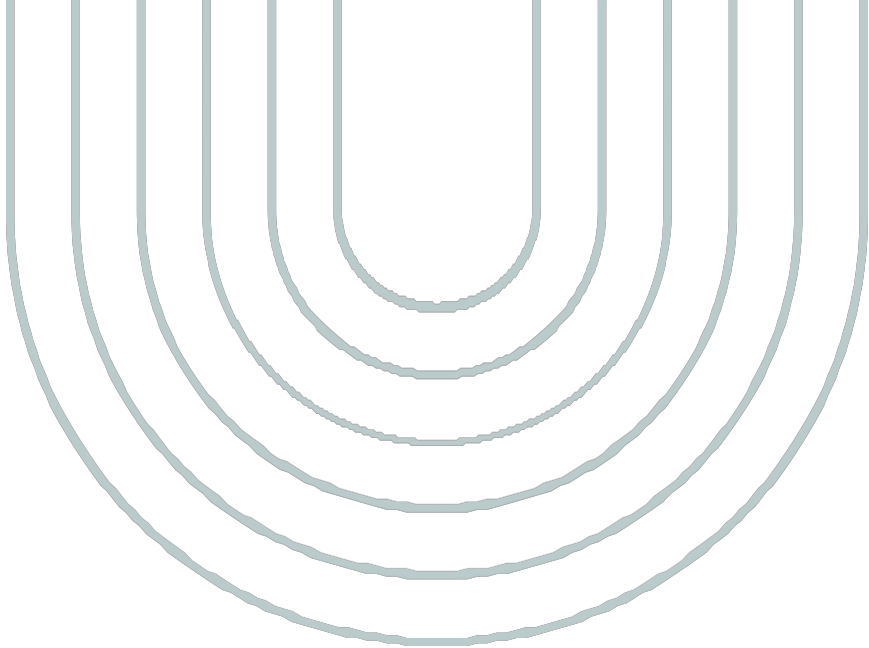
INZERCIA

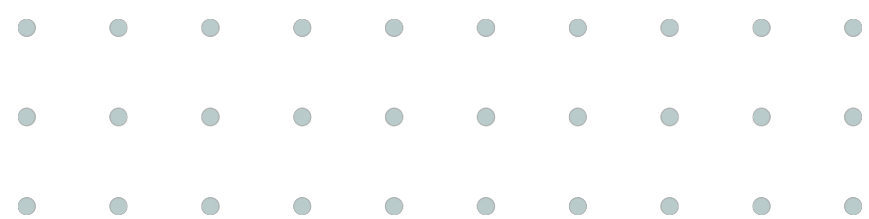
metodika výučby



Co-funded by
the European Union



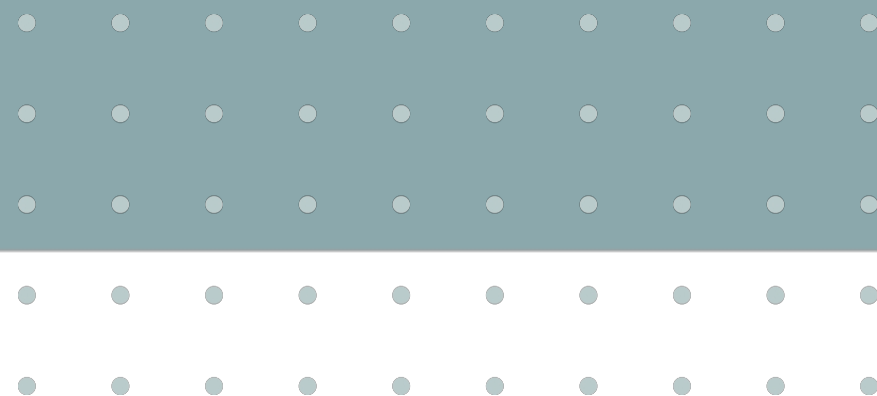
- 
01. CIEĽ HODINY
 02. ODBORNÁ PRÍPRAVA UČITEĽOV
 03. PRIEBEH VYUČOVACEJ HODINY
 04. ODPORÚČANIA
 05. TEÓRIE PRE TÉMU "REKLAMA"
 06. HODNOTENIE

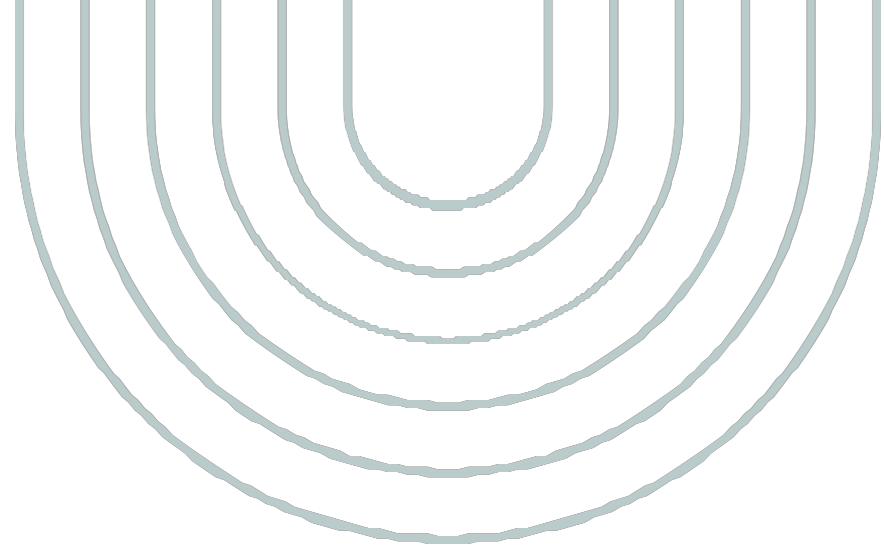


OBSAH

01.

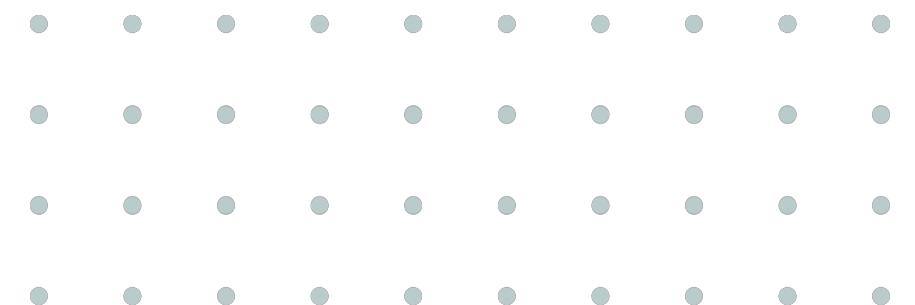
CIEĽ HODINY





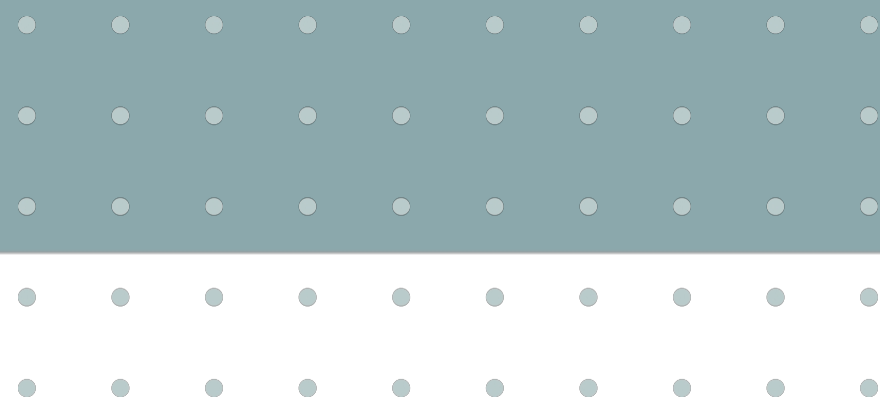
CIEĽ HODINY

- Predstavte študentom, čo je to reklama a ako ovplyvňuje každodenný život.
- Pochopiť základné princípy a pravidlá reklamy.
- Rozvíjajte kreativitu a kritické myslenie pri tvorbe vlastného reklamného plagátu.



02.

ODBORNÁ PRÍPRAVA UČITEĽOV



PRÍPRAVA UČITEĽOV

NÁSTROJE

Interaktívna tabuľa alebo projektor, počítač, internetové pripojenie, pripravené video, papiere, časopisy, lepidlo, nožnice, farebné fixky a pastelky, tabuľa a krieda.

VIDEO

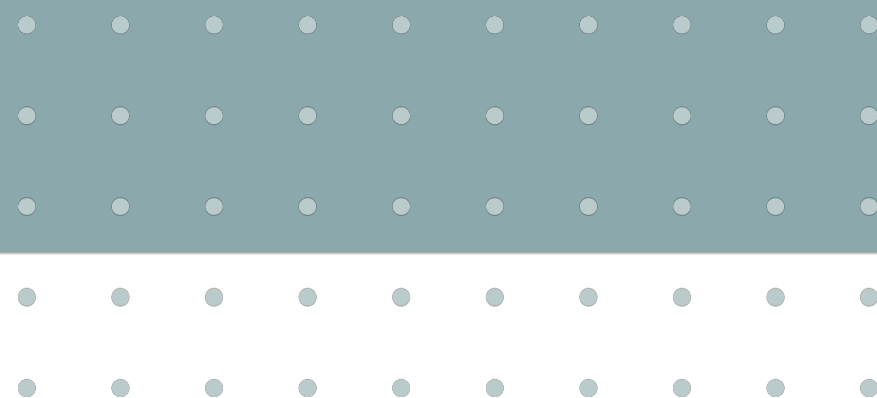
Pripravené video na tému "reklama".

TEÓRIA

Teoretická príprava učiteľa.

03.

PRIEBEH VYUČOVACEJ HODINY

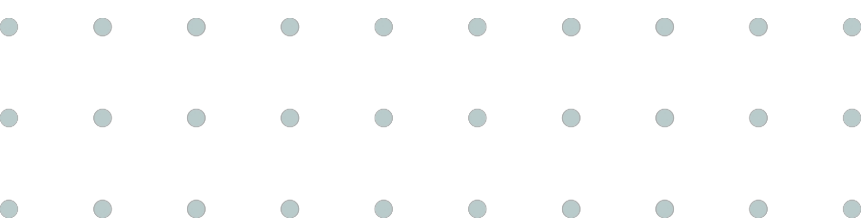


ÚVOD

1. Spoznávanie s témou: Učiteľ žiakom Stručne predstaví tému hodiny – reklama.
2. Premietanie videa: učiteľ pustí video

Scenár videa:

- **Cieľ videa:** ukázať vplyv reklamy na každodenný život a základné princípy reklamy.
- **Dej videa:**
 - Žiaci sledujú videá na YouTube, ktoré sú prerušované reklamami.
 - Hovorte o reklamách.
 - Učiteľ vysvetlí, čo je to reklama a jej význam.
 - Príklady rôznych reklamných médií.
 - Diskusia o pravidlách reklamy.
 - Zadanie : Vytvorte vlastný reklamný plagát.



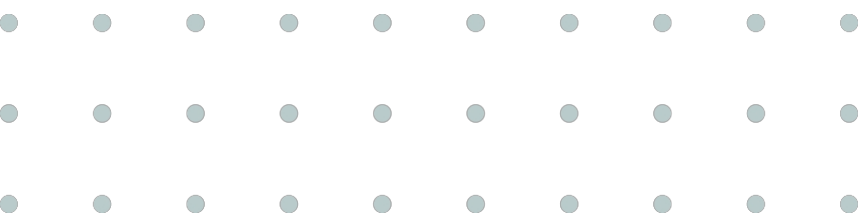
TEORETICKÁ ČASŤ

3. Diskusia po videu:

- Učiteľ sa opýta žiakov na ich dojmy z videa a na otázky, ktoré sa im spájajú s touto témou.

4. Vysvetlenie základných pojmov:

- Čo je reklama a prečo je dôležitá.
- Aké sú hlavné ciele reklamy.
- Rôzne médiá, v ktorých sa reklamy objavujú (internet, televízia, časopisy, vonkajšia reklama).
- Základné pravidlá tvorby reklamy (pravdivosť, atraktivnosť, presvedčivosť).
- Pravidlá, ktoré musí reklama dodržiavať.



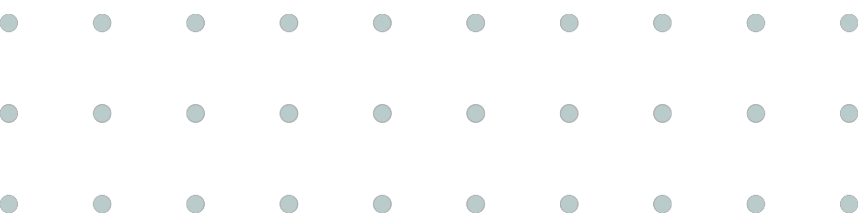
ŤAŽKÁ ČASŤ

5. Zadanie :

- Učiteľ rozdá žiakom papiere, časopisy, lepidlo, nožnice a iný výtvarný .
- Učiteľ zadá úlohu vytvoriť reklamný plagát vo forme koláže.
- Žiaci si vyberú produkt, ktorý chcú propagovať, a vytvoria čo najatraktívnejší a najlákavejší plagát.

6. Tvorba plagátov:

- Žiaci pracujú na svojich plagátoch. Učiteľ ich obchádza a poskytuje im podporu a rady.



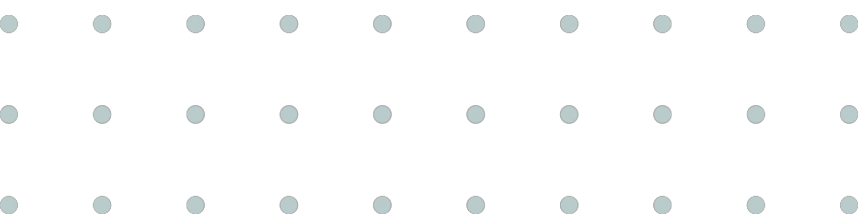
PREZENTÁCIA A HODNOTENIE

7. Prezentácia plagátu:

- Každý študent predstaví svoj plagát triede. Popíše, aký výrobok propaguje a aké prvky použil na zatraktívnenie plagátu.

8. Diskusia a hodnotenie:

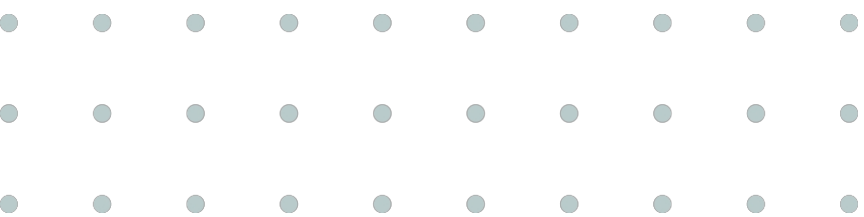
- Ostatní žiaci a učiteľ hodnotia plagát z hľadiska atraktívnosti, pravdivosti a presvedčivosti.
- Diskusia o tom, ktorý plagát je najúčinnnejší a prečo.
- Reflexia toho, čo sa žiaci naučili o reklame a jej tvorbe.



KONIEC HODINY

9. Zhrnutie:

- Učiteľ shrne hlavný body hodiny: čo je reklama, jej vplyv a pravidlá tvorby.
- Učiteľ oceňuje snahu a tvorivosť žiakov.
- Krátka diskusia o tom, čo sa žiakom najviac páčilo alebo o čom by sa chceli dozvedieť viac.

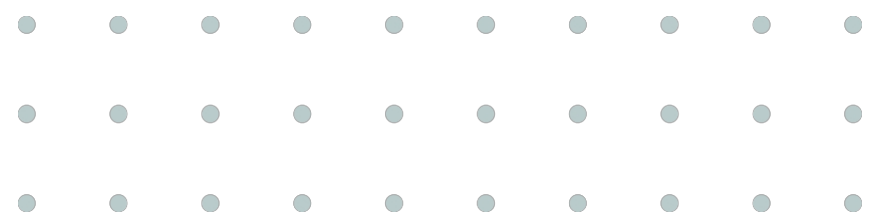


04.

ODPORÚČANIA PRE UČITEĽOV



- Pripravte sa na možné otázky študentov o etike reklamy.
- Pripravte si rôzne typy reklám na ilustráciu (tlačové reklamy, video reklamy, online reklamy).
- Pripravte sa na to, že niektorí študenti môžu potrebovať viac času alebo podpory pri tvorbe plagátu.
- Povzbudzujte študentov ku kritickému a tvorivému mysleniu.



05.

TEÓRIE K TÉME "REKLAMA."

ČO JE REKLAMA A PREČO JE DÔLEŽITÁ

Reklama je forma komunikácie, ktorej cieľom je informovať, presvedčiť alebo pripomenúť potenciálnym zákazníkom určité produkty alebo služby. Pomáha spoločnostiam osloviť široké publikum a zvýšiť povedomie o ich ponukách.



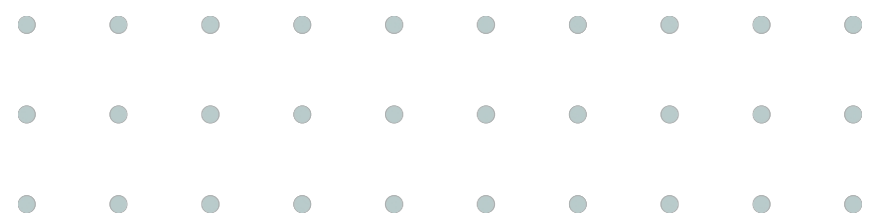
VÝZNAM REKLAMY:

- **Zvyšovanie povedomia:** reklama pomáha spoločnostiam zvyšovať povedomie o ich výrobkoch alebo službách. Potenciálni zákazníci sa dozvedia o nových produktoch, zľavách alebo špeciálne ponuky.
- **Presviedčanie:** reklama môže presvedčiť zákazníkov, aby si vybrali konkrétny výrobok alebo službu v porovnaní s konkurenciou. Využíva emocionálne a logické argumenty na ovplyvnenie rozhodnutí zákazníkov.
- **Pripomíname,** že reklama slúži aj na pripomenutie existujúcich zákazníkov o produktoch, ktoré už poznajú, aby si ich kúpili znova.



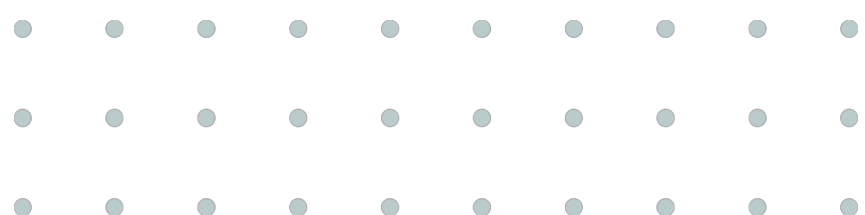
AKÉ SÚ HLAVNÉ CIELE REKLAMY

- **Informovať:** Poskytnúť informácie o nových produktoch, funkciách alebo zmenách.
- **Presvedčiť:** Získajte zákazníkov pre nákup zakúpili určitý výrobok alebo službu.
- **Pripomínať:** Udržujte si povedomie o výrobku a pripomenúť zákazníkovi jeho existenciu.
- **Posilnenie značky:** Pomôžte vybudovať a posilniť imidž značky, aby bola ľahko rozpoznateľná a dôveryhodná.



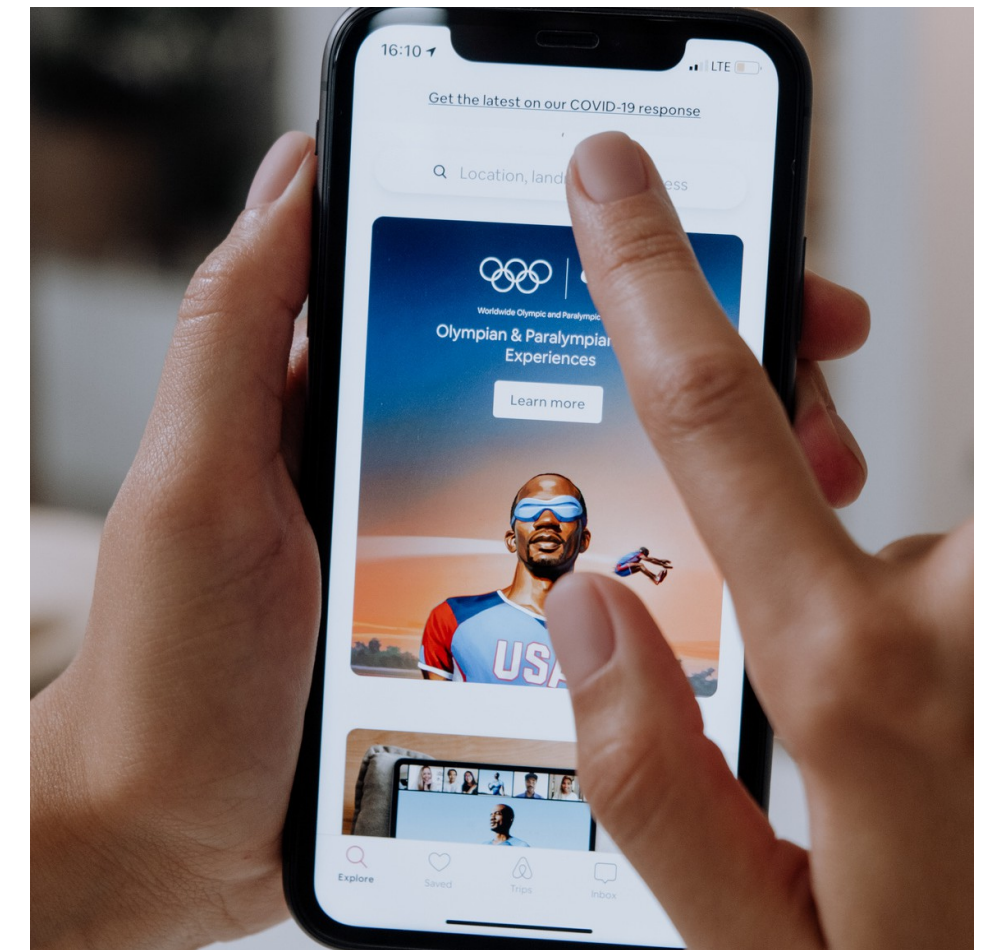
RÔZNE MÉDIÁ, V KTORÝCH SA REKLAMY ZOBRAZUJÚ.

- **Televízia:** široký dosah, ale vysoké náklady. Umožňuje vizuálnu a zvukovú prezentáciu.
- **Internet:** bannery, video reklamy, sociálne siete, e-mailové kampane. Flexibilita a schopnosť zamerať sa na konkrétne publikum.
- **Tlačové médiá:** noviny, časopisy, letáky. Vhodné na podrobné informácie a zacielenie na špecifické skupiny čitateľov.
- **Rádio:** Zvukové reklamy, vhodné pre miestne trhy a špecifické demografické skupiny skupiny.
- **Vonkajšia reklama:** Billboardy, plagáty, digitálne obrazovky. Vysoká viditeľnosť na verejných miestach.
- **Sociálne siete:** Facebook, Instagram, TikTok, YouTube. Umožňujú interakciu s používateľmi a cielenie na konkrétne záujmy.



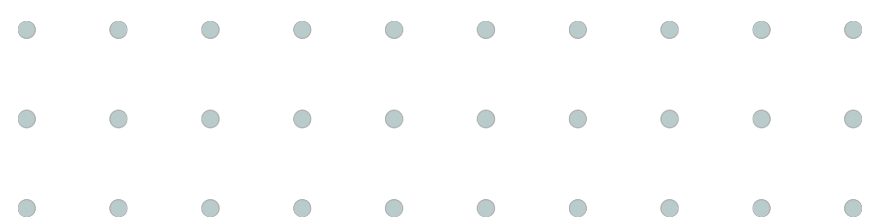
ZÁKLADNÉ PRAVIDLÁ TVORBY REKLAMY

- **Pravdivosť:** reklama by nemala zavádzať zákazníkov nepravdivými informáciami.
- **Atraktívnosť:** dizajn a obsah inzerátu by mal byť atraktívne a pútavé, aby upútali pozornosť.
- **Presvedčivosť:** reklama by mala obsahovať argumenty alebo dôvody, prečo by mal zákazník výrobok alebo službu.
- **Jednoduchosť:** jasná a stručná komunikácia hlavného bodu Výhody produktu. Príliš komplikované správy môžu zákazníkov zmiastť.
 - **Kreativita:** originálne a inovatívne prístupy môže zvýšiť zapamätateľnosť reklamy.



PRAVIDLÁ, KTORÉ MUSÍ REKLAMA DODRŽIAVAŤ

- **Nezavádzajúca:** reklama nesmie obsahovať nepravdivé alebo zavádzajúce informácie, ktoré by mohli spotrebiteľa .
- **Etika:** reklama by mala rešpektovať etické normy a nemala by sa prejavovať rasistický, sexistický alebo inak nevhodný obsah.
- **Zákonnosť:** Reklama musí byť v súlade s platnými ako sú zákony na ochranu spotrebiteľa a predpisy o reklamných oznámeniach.
- **Ochrana detí:** reklamy zamerané na deti by mali byť obzvlášť dbať na to, aby ste nepodporovali nevhodné správanie alebo nákupy.
- **Jasnosť:** reklamy by mali byť jasne označené ako reklamy, aby nedošlo k zámene s redakčným alebo nezávislým obsahom.



06.

EVAULÁCIA

1. HODNOTENIE TEORETICKEJ ČASTI

Kvíz alebo test:

- Pripravte si krátky kvíz alebo test obsahujúci otázky z kľúčových bodov teórie reklamy.
- Otázky môžu zahŕňať tieto témy:
 - Definícia reklamy a jej význam.
 - Hlavné ciele reklamy.
 - Rôzne médiá, v ktorých sa reklamy zobrazujú.
 - Základné pravidlá tvorby reklamy.
 - Pravidlá, ktoré musí reklama dodržiavať.
- Zhodnoťte správnosť odpovedí a porozumenie žiakov.

Diskusia a aktívna účasť:

- Sledujte, ako študenti prispievajú do diskusie počas teoretickej časti.
- Hodnotenie študentov za ich aktívnu účasť a kvalitu ich príspevkov.
- Zohľadnite ich schopnosť kriticky myslieť a klásť relevantné otázky.

2. HODNOTENIE TVORIVEJ ČASTI

Kreativita a originalita:

- Hodnotenie študentov na základe originality ich plagátu.
- Zvážte, ako dobre žiaci využili dostupné materiály (časopisy, lepidlo, nožnice, fixky) na vytvorenie jedinečného a atraktívneho plagátu.

Vizuálnosť a estetika:

- Zhodnoťte vizuálnu príťažlivosť plagátu.
- Zvážte použitie farieb, obrázkov a celkový dizajn plagátu.
- Zistite, či plagát dokáže upútať pozornosť a či je .

Dodržiavanie pravidiel reklamy:

- Skontrolujte, či žiaci dodržali základné pravidlá reklamy (pravdivosť, atraktívnosť, presvedčivosť).
- Zhodnoťte, ako dobre žiaci začlenili tieto pravidlá do svojich plagátov.

3. PREZENTÁCIA A HODNOTENIE

Prezentácia:

- Zhodnoťte schopnosť študentov prezentovať svoj plagát pred triedou.
- Zvážte prehľadnosť a štruktúru ich prezentácie, schopnosť vysvetliť výber a použitie prvkov na plagáte.
- Sledujte, ako dobre dokážu študenti argumentovať a obhajovať svoje Rozhodnutie.

Zapojenie sa do diskusie:

- Zhodnoťte účasť študentov na diskusii o plagátoch ich spolužiakov.
- Sledujte, ako dobre dokážu kriticky zhodnotiť plagáty ostatných, poskytnúť konštruktívnu spätnú väzbu a vyjadriť svoj názor.

Kritérium	Maximálny počet bodov	Poznámky
Teoretické znalosti		
Kvíz/test	10	Presnosť a úplnosť odpovedí.
Aktívna účasť na diskusii	5	Kvalita príspevkov a zapojenie do diskusie.
Kreatívna časť		
Kreativita a originalita	10	Originalita plagátu a použitie materiálov.
Vizuálnosť a estetika	10	Vizuálna príťažlivosť, používanie farieb a obrázkov.
Dodržiavanie pravidiel tvorby reklamy	5	Integrácia pravidiel pravdivosti, príťažlivosti a presvedčivosti.
Prezentácia a hodnotenie		
Prezentácia posteru	5	Jasnosť, štruktúra a schopnosť obhájiť rozhodnutia.
Účasť na diskusii	5	Kritické hodnotenie iných plagátov a poskytovanie konštruktívnej spätnej väzby.
Celkom	50	

ZNÁMKOVANIE NA ZÁKLADE BODOV:

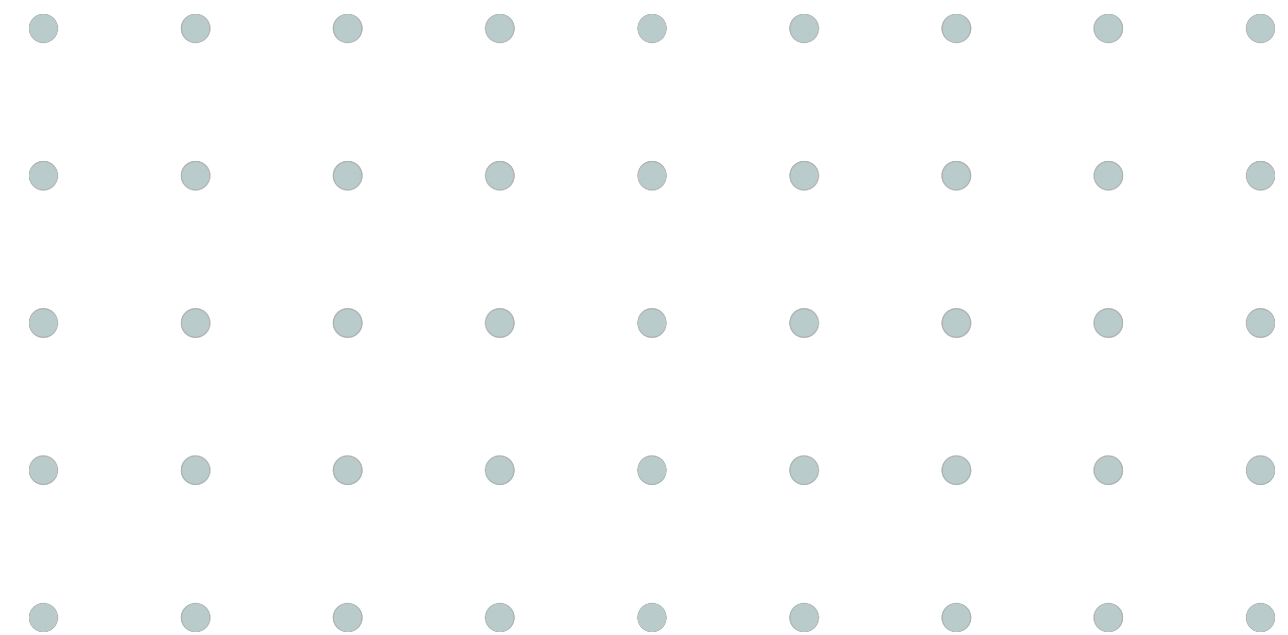
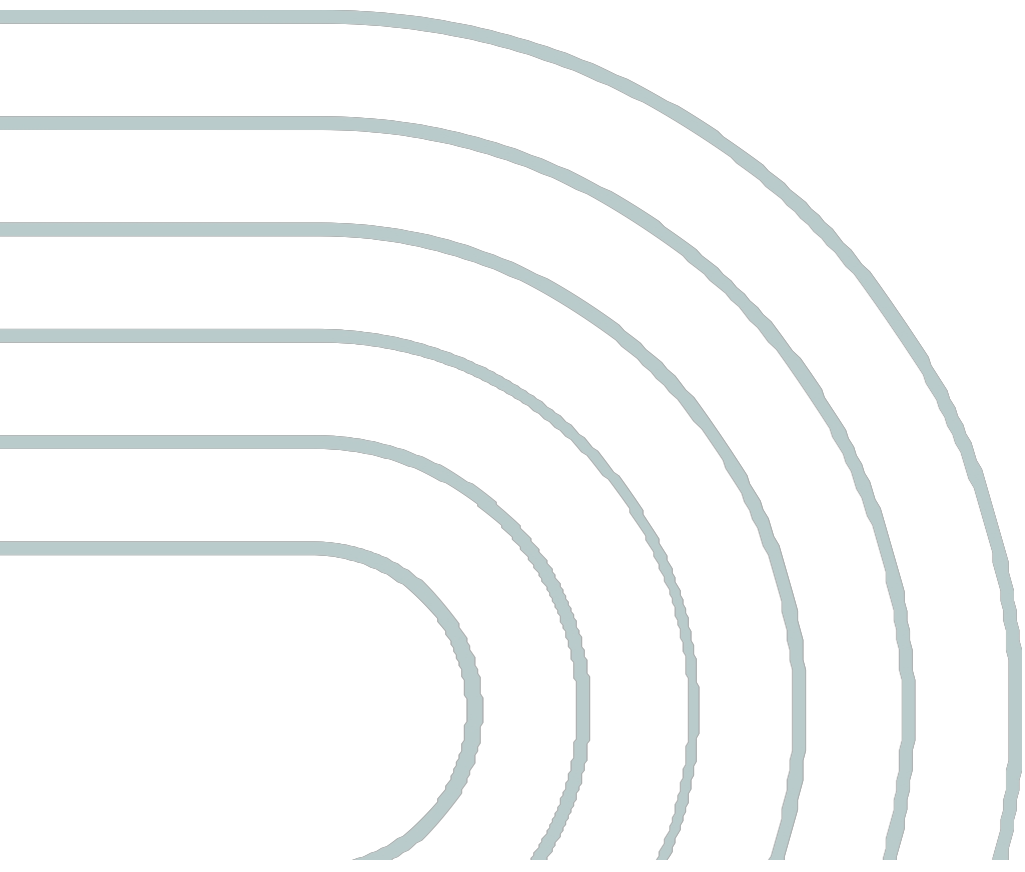
Výborný (1): 45-50 bodov

Chváľitebný (2): 40-44 bodov

Dobrý (3): 35-39 bodov

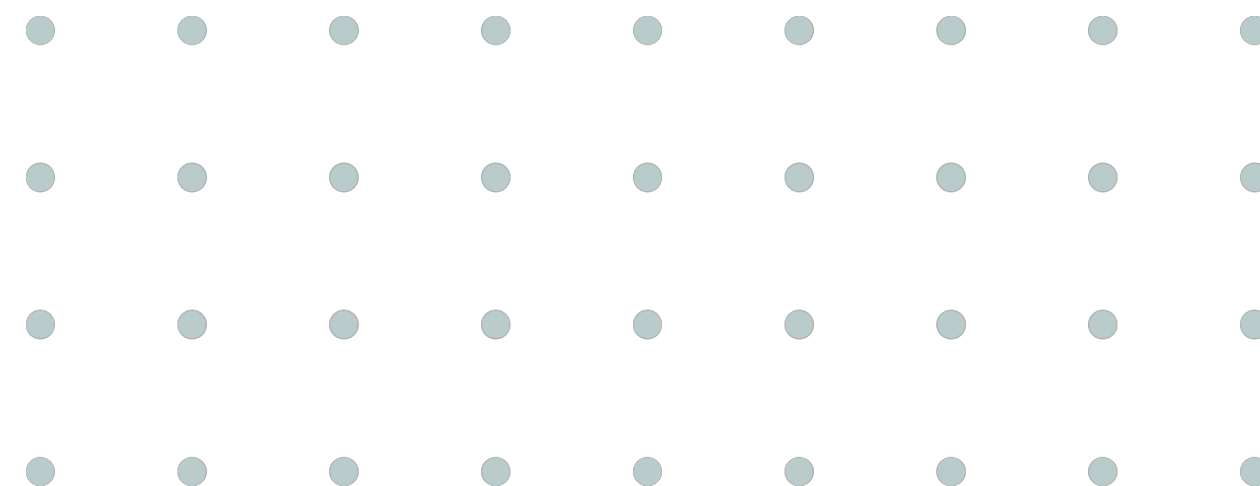
Primeraný (4): 30-34 bodov

Nedostatočný (5): menej ako 30 bodov



ODPORÚČANIA PRE UČITEĽOV:

- Používajte kombináciu rôznych metód hodnotenia, aby ste získali komplexný prehľad o výkone žiakov.
- Zabezpečiť, aby hodnotenie bolo spravodlivé a transparentné, a vysvetliť študentov, na základe akých kritérií budú hodnotení.
- Povzbudzujte žiakov, aby sa aktívne zapájali do všetkých častí hodiny a mohli tak získať čo najviac bodov.



ZDROJE:

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

KOTLER, P. MARKETINGOVÝ MANAŽMENT. 10. ROZŠÍRENÉ VYDANIE. PRAHA, 2001. 720 S. ISBN 80- 247-0016-6

BARTÁKOVÁ, ZDEŇKA. HODNOTENIE VO VZDELÁVANÍ DOSPELÝCH. ONLINE. MAGISTERSKÁ PRÁCA. OLOMOUC: UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI, FILOZOFICKÁ FAKULTA. 2015. DOSTUPNÉ Z: [HTTPS://THESES.CZ/ID/HTAPKP/](https://theses.cz/id/HTAPKP/).

OBRÁZKY: CANVA.COM