

A sad reklame!

Oglašavanje u medijima

Ksenija Kesegi-Krstin, prof., dipl. knjiž.

ksenija.kesegi.krstin@gmail.com

Ugostiteljsko-turistička škola

Sažetak

Cilj je nastavnog sadržaja razumjeti reklamu kao oblik komunikacije, identificirati načine na koje autori reklame djeluju na kupce i razvijati kritičko mišljenje. U uvodnom dijelu sata učenici su upoznati s definicijama reklame i oglašavanja, jer se htjelo ukazati na činjenicu da su reklame također proizvodi. Prikazujući fotografije proizvoda i videozapise, učenici su pozvani da preispitaju vlastite stavove prema konzumerizmu. Nadalje učenici su upoznati s pojmom prikrivenog oglašavanja. Prvi je zadatak bio odabrati omiljenu (ili neku drugu) reklamu i odgovoriti na unaprijed pripremljena pitanja. Drugi je zadatak zahtijevao korištenje mobilnih uređaja i snimanje reklame/video uratka u trajanju od jedne minute na jednu od ponuđenih tema (zdravlje, društvene mreže, prehrambeni proizvodi). Kao nagradu učenici su dobili poklon bon, koji je moguće iskoristiti nakon povratka u školu.

Ključne riječi: oglašavanje, psihologija reklame, IKT

Prezentacija je dostupna na:

<https://sway.office.com/j7NLC1EbCWUbPWPDP?ref=Link>



Primjer dodatnog motiviranja učenika

