

# PAKIET MATERIAŁÓW DYDAKTYCZNYCH

do kształcenia na odległość  
dla nauczycieli pięcioletniego technikum  
branży poligraficznej

Projekt „Wsparcie placówek doskonalenia nauczycieli i bibliotek pedagogicznych w realizacji zadań związanych z przygotowaniem i wsparciem nauczycieli w prowadzeniu kształcenia na odległość”

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Materiał opracowany w ramach grantu przez Joannę Kalejtę  
– Centrum Edukacji Nauczycieli w Suwałkach

## **Wstęp**

Edukacja zdalna jest sposobem nauczania, w którym rzeczywisty kontakt uczniów i nauczyciela zastępowany jest kontaktem wirtualnym. W prowadzeniu lekcji i zajęć zdalnych niezbędna jest umiejętność posługiwania się technologiami informacyjno-komunikacyjnymi, które pozwalają w czasie rzeczywistym przesyłać drogą elektroniczną obraz, dźwięk (głos), dane oraz korzystać z materiałów interaktywnych. Prezentowany scenariusz zawiera propozycję lekcji, w której te możliwości zostały wykorzystane.

Dobierając narzędzia nauczania zdalnego w trzecim etapie edukacyjnym, nauczyciele zarówno przedmiotów ogólnokształcących, jak i zawodowych, mogą korzystać z większości aplikacji i platform edukacyjnych, gdyż uczniowie nie mają już zazwyczaj trudności w posługiwaniu się nimi.

Pracując z uczniami szkół ponadpodstawowych należy mieć świadomość, że wymagają oni od swoich nauczycieli nie tylko bogatej wiedzy, ale także profesjonalnego jej przekazywania. Nie oznacza to, że dominować mają metody podające – przeciwnie, w edukacji zdalnej powinny być często stosowane metody aktywizujące i problemowe.

W zdalnym nauczaniu przedmiotów zawodowych warto korzystać z bogatych materiałów zamieszczonych w Zintegrowanej Platformie Edukacyjnej, a także tworzyć własne, np. w narzędziach Google czy Office 365.

Stosowanie aktywizującej uczniów formy, jaką jest praca w grupach, w nauczaniu zdalnym umożliwiają platformy edukacyjne, np. MS Teams, Zoom, dzięki opcji wirtualnych pokoi spotkań. Uczniowie mogą pracować wówczas metodami znanymi z nauki stacjonarnej, a także przygotowując projekt edukacyjny.

W nauczaniu różnych przedmiotów warto korzystać z wartościowych materiałów zamieszczonych np. na kanale YouTube. Nauczyciel może skorzystać z tych materiałów przygotowując lekcję odwróconą, projekt edukacyjny, dyskusję lub debatę klasową.

Materiały zamieszczone na internetowych stronach tematycznych i specjalistycznych przydatne są także w nauczaniu zdalnym. Przygotowując lekcje z przedmiotów zawodowych nauczyciel może ponadto wykorzystać dostępne w Internecie i na nośnikach cyfrowych filmy zawodowe, narzędzia i aplikacje branżowe, strony produktowe producentów urządzeń i narzędzi.

Istotną kwestią w nauczaniu zdalnym jest dostosowanie programów nauczania. Mając na uwadze fakt, że także ucząc online trzeba przygotować uczniów do egzaminu maturalnego i zawodowego, należy przemyśleć, które treści i w jaki sposób będą realizowane. Biorąc pod uwagę przedmioty ogólnokształcące w zakresie podstawowym, nie można planować zbyt dużej ilości materiału, ponieważ uczniowie zniechęcą się i nie będą uczyć się rzetelnie. Najważniejsze jest, by opanowali i treści określone w podstawie programowej poszczególnych przedmiotów, więc aby ten cel osiągnąć, można zrezygnować z treści dodatkowych, proponowanych przez programy nauczania różnych wydawnictw.

Dostosować należy także sposoby monitorowania i oceniania osiągnięć uczniów, np. rezygnując z części testów i sprawdzianów na rzecz interaktywnych quizów, np. przygotowanych w aplikacjach Quizlet, Quizizz, Kahoot!, czy gier sieciowych.

Prowadząc edukację zdalną z wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych należy pamiętać, że celem nauczania jest przekazywanie nowych wiadomości, rozwijanie umiejętności i zainteresowań uczniów, a także kształcenie ich postaw. Dlatego każde przygotowane zadanie musi mieć określony, klarowny cel nauczania bądź/i wychowania, powinno także motywować do samokształcenia.

Prezentowany pakiet zawiera scenariusz lekcji dla szkół ponadpodstawowych – pięcioletniego technikum, który adresowany jest do nauczycieli zawodu technik reklamy. Jest to propozycja lekcji przedmiotu zawodowego branży poligraficznej, a jej tematem jest stosowana w reklamach manipulacja.

Scenariusz oparty jest o cele kształcenia i treści nauczania wskazane w podstawie programowej dla trzeciego etapu edukacyjnego. Treści te są osiągnięte w nauczaniu zdalnym dzięki wykorzystaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych.

Jolanta Kubrak

# SCENARIUSZ 1

## **SCENARIUSZ ZAJĘĆ DLA** uczniów technikum w zawodzie technik reklamy **PROWADZONYCH PRZEZ** nauczyciela zawodu technik reklamy

Temat „Manipulacja w reklamie” nauczyciel może realizować na zajęciach związanych z kierunkiem kształcenia technik reklamy. Materiał można również wykorzystać jako ćwiczenia na godzinę wychowawczą, a także z zakresu doradztwa zawodowo-edukacyjnego, omawiając zawody branży poligraficznej. Uczniowie poznają techniki manipulacji w reklamie, pojęcia – m.in. kryptoreklama, lokowanie produktu, plotka, kamuflaż oraz ocenią skuteczność form perswazji.

**TEMAT: Manipulacja w świecie reklamy.**

**CEL OGÓLNY: (wymaganie z podstawy programowej odnoszące się do efektów kształcenia oraz kryteriów weryfikacji)**

- Przedstawienie rodzajów manipulacji stosowanych w reklamach.

**CELE SZCZEGÓŁOWE:**

- Rozpoznanie manipulacji reklamowej.
- Wskazywanie elementów perswazji i manipulacji w reklamach.
- Rozróżnianie technik perswazji w reklamie.

**METODY PRACY:**

- dyskusja;
- Zintegrowana Platforma Edukacyjna;
- metody aktywizujące: burza mózgów, tworzenie tekstu;
- metody eksponujące: pokaz filmów reklamowych.

**ŚRODKI DYDAKTYCZNE:**

- komputer;
- Zintegrowana Platforma Edukacyjna;
- MS Teams.

**PRZEWIDYWANY CZAS:** 90 minut (w tym 35 minut pracy własnej ucznia).

## **PROPONOWANY PRZEBIEG ZAJĘĆ:**

- faza przygotowawcza (20 minut):

Nauczyciel zadaje uczniom pytania i prosi o przypomnienie:

1. Jakie reklamy najczęściej oglądają?
2. Jakie reklamy zapadają w pamięci ucznia i dlaczego?

Uczniowie, mając włączone mikrofony, udzielają informacji. Mogą również korzystać z funkcji czatu, na którym zapisują odpowiedzi.

Nauczyciel prosi uczniów o wyjaśnienie, czym są według nich: manipulacja, kryptoreklama oraz lokowanie produktu.

Uczniowie starają się, metodą burzy mózgów, opisać powyższe pojęcia, omawiają je, korzystając z włączonych mikrofonów. Nad określeniem każdego pojęcia pracują 2–3 minuty.

Nauczyciel, po zebraniu określeń podanych przez uczniów, wyjaśnia pojęcia, dyktuje je, a uczniowie zapisują w zeszytach przedmiotowych.

Nauczyciel informuje, że tematem lekcji jest manipulacja w reklamie. Przechodzi do fazy zasadniczej lekcji.

- faza zasadnicza (60 minut):

Nauczyciel omawia (25 minut):

- a) typy manipulacji: manipulacja skuteczna, daremna i z efektem bumerangowym;
- b) środki manipulacji: stereotyp, mit, plotka i kamuflaż.

Po omówieniu powyższych zagadnień uczniowie zapisują na czym polega każdy z typów manipulacji oraz definicje: stereotyp, mit, plotka i kamuflaż.

Następnie nauczyciel odtwarza film dotyczący sposobów manipulacji stosowanej w reklamach: <https://zpe.gov.pl/a/film/D14ACNdC9>

Uczniowie zapisują w zeszytach:

- jakie cechy ma reklama,
- jakie są środki perswazji. (łącznie ok. 15 minut – film + ćwiczenia)

Uczniowie zapoznają się tekstem: <https://www.marketing-automation.pl/jak-manipuluja-nami-marketerzy-najpopularniejsze-techniki-manipulacji-w-marketingu-i-reklamie/> – ok. 10 minut.

Nauczyciel zadaje pytania o najpopularniejsze techniki manipulacji w reklamie, a uczniowie określają i wypisują do zeszytu poznane definicje: promocje, opinie ekspertów, recenzje w Internecie, emocje, lokowanie produktu.

Uczniowie odpowiadają na pytanie, które techniki manipulacji są według nich najskuteczniejsze.

Nauczyciel wymienia kilka produktów, np. bluzka, dżem, mleko, telewizor itp., a uczniowie wskazują, która technika manipulacji byłaby najskuteczniejsza dla zareklamowania danego towaru.

Następnie, uczniowie odszukują co najmniej 3 przykłady lokowania produktów w serialach, filmach czy programach telewizyjnych. Poprzez platformę MS Teams, odpowiadają na pytanie jakie produkty są najczęściej lokowane i dlaczego.

Odpowiedzi notują w zeszytach – 10 minut.

- faza końcowa (10 minut):

Nauczyciel podsumowuje wiadomości o technikach manipulacji w reklamie.

Uczniowie odpowiadają na pytania:

1. Czy reklama zawiera obiektywny, czy subiektywny przekaz informacji?
2. Jakie są cele kryptoreklamy i lokowania produktu?
3. W jaki sposób jesteśmy nakłaniani do kupna produktu poprzez manipulację w reklamach?

**EWALUACJA ZAJĘĆ** (sprawdzenie osiągnięcia zakładanych efektów kształcenia poprzez zadanie pytań w końcowej fazie lekcji).

## NETOGRAFIA

1. *Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 30 stycznia 2018 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego, technikum oraz branżowej szkoły II stopnia*, Dz.U. 2018, poz. 467, dostępny online <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20180000467> [dostęp: 14.09.2021].
2. <https://zpe.gov.pl/a/film/D14ACNdC9> – film, dostępny online [dostęp: 14.09.2021].
3. <https://www.marketing-automation.pl/jak-manipuluja-nami-marketerzy-najpopularniejsze-techniki-manipulacji-w-marketingu-i-reklamie/> – artykuł, dostępny online [dostęp: 14.09.2021].