



Le pouvoir de la publicité (Reklama dźwignią handlu)

Karolina Wawrzonek

Scenariusz interdyscyplinarnego projektu edukacyjnego do języka francuskiego dla III etapu edukacyjnego – szkoła branżowa

opracowany w ramach projektu:

„Tworzenie zestawów narzędzi edukacyjnych wspierających proces wychowania przedszkolnego i kształcenia ogólnego w zakresie rozwoju umiejętności uniwersalnych dzieci i uczniów oraz kompetencji kluczowych niezbędnych do poruszania się na rynku pracy”

dofinansowanego ze środków Funduszy Europejskich w ramach
Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, 2.10 Wysoka jakość systemu oświaty

Warszawa 2022

Redakcja merytoryczna: Piotr Mazur, Renata Rychlicka
Redakcja językowa i korekta: Eduexpert sp. z o.o.
Projekt graficzny i projekt okładki: Eduexpert sp. z o.o.
Redakcja techniczna i skład: Eduexpert sp. z o.o.

Weryfikacja i odbiór niniejszej publikacji: Ośrodek Rozwoju Edukacji w Warszawie

w ramach projektu: *Weryfikacja i odbiór zestawów narzędzi edukacyjnych wspierających proces wychowania przedszkolnego i kształcenia ogólnego w zakresie rozwoju umiejętności uniwersalnych dzieci i uczniów oraz kompetencji kluczowych niezbędnych do poruszania się na rynku pracy*

dofinansowanego ze środków Funduszy Europejskich w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, 2.10 Wysoka jakość systemu oświaty

Warszawa 2022

Ośrodek Rozwoju Edukacji
Aleje Ujazdowskie 28
00-478 Warszawa
ore.edu.pl



Publikacja jest rozpowszechniana na zasadach wolnej licencji Creative Commons –
Użycie niekomercyjne 4.0 Polska (CC-BY-NC).
creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.pl

1. Temat projektu

Le pouvoir de la publicité (Reklama dźwignią handlu)

1.1. Typ szkoły

Szkoła branżowa II stopnia o profilu handlowym, reklamy, ale także wszystkie inne szkoły branżowe.

1.2. Klasa

Klasa I o profilu technik handlu, technik reklamy, ale także inne profile branżowe.

1.3. Słowa kluczowe

Reklama, handel, hasła reklamowe, szukamy klientów, kupować, sprzedawać, *la publicité, le commerce, les slogans publicitaires, on cherche des clients, acheter, vendre.*

2. Osoby prowadzące projekt

2.1. Koordynator

Nauczyciel języka francuskiego.

2.2. Pozostali nauczyciele

Nauczyciel przedmiotów zawodowych (np. organizacja i techniki sprzedaży, wykonywanie projektów reklamy, realizowanie kampanii reklamowej), nauczyciel języka polskiego.

3. Ramy czasowe

3.1. Początek projektu

Dowolny moment w ciągu roku szkolnego.

3.2. Zakończenie projektu

Po dwóch tygodniach od początku projektu.

4. Cele projektu

4.1. Cele ogólne

- podniesienie kompetencji językowych uczniów związanych z przygotowaniem i przedstawieniem haseł reklamowych w języku francuskim;
- nabycie przez uczniów wiedzy związanej ze słownictwem potrzebnym do skonstruowania prostych haseł reklamowych (rzeczowniki, przymiotniki), konstrukcje gramatyczne z czasownikami w trybie rozkazującym oraz nominalizacja;
- nabycie przez uczniów wiedzy o słownictwie reklamy, przekazach wpływających na decyzje ludzi;
- podniesienie kompetencji dotyczących przygotowania prostych reklam, prowadzenia kampanii reklamowej;
- integracja wszystkich wyżej wymienionych kompetencji;
- uatrakcyjnienie zajęć językowych z języka francuskiego, języka polskiego i przedmiotu branżowego.

Przedmiotem przewodnim w niniejszym projekcie jest język francuski, dlatego też udział w nim pozwoli uczniom rozwinąć następujące kompetencje językowe:

- poszerzenie znajomości środków językowych potrzebnych do tworzenia haseł reklamowych (prostych rzeczowników i czasowników będących mocnymi nośnikami znaczeń oraz czasowników w trybie rozkazującym);
- rozumienie prostych wypowiedzi pisemnych i ustnych, przede wszystkim haseł reklamowych;
- tworzenie prostych haseł, wypowiedzi pisemnych i ustnych w języku francuskim, przede wszystkim haseł reklamowych.

4.2. Cele szczegółowe

4.2.1. Cele kształcące/edukacyjne

Podczas pracy nad niniejszym projektem uczeń:

- poznaje hasła reklamowe w języku francuskim, zbiera i analizuje słowa wykorzystywane w prostych reklamach w języku francuskim, szuka słów, które przydadzą mu się do stworzenia własnych haseł reklamowych (język francuski);
- poznaje konstrukcje gramatyczne z wykorzystaniem czasowników w trybie rozkazującym (język francuski);
- tworzy hasła reklamowe reklamujące własną działalność lub dla swoich klientów (język francuski);
- uczy się języka i sposobów przygotowania haseł używanych w reklamie (język polski);
- poznaje sposoby prowadzenia kampanii reklamowej (przedmiot branżowy).

4.2.2. Cele szczegółowe dla uczniów – cele w języku ucznia

Dzięki projektowi interdyscyplinarnemu *Le pouvoir de la publicité* (Reklama dźwignią handlu):

- poznam hasła reklamowe w języku francuskim;
- zgromadzę słowa i wyrażenia, które przydadzą mi się w tworzeniu własnej reklamy;
- przyswoję konstrukcje gramatyczne z czasownikami w trybie rozkazującym;
- stworzę w języku francuskim hasła reklamowe reklamujące własną działalność lub hasła reklamowe dla moich klientów oraz przedstawię je w formie plakatu i nagrania audio lub wideo;
- dowiem się, jak tworzyć hasła reklamowe oraz jak funkcjonuje język używany w reklamie;
- poznam sposoby prowadzenia kampanii reklamowych.

5. Treści kształcenia

5.1. Język francuski

W trakcie czterech lekcji języka francuskiego przeznaczonych na projekt uczniowie poznają i przeanalizują wybrane reklamy i hasła reklamowe w języku francuskim, które pozwolą im na określenie, jakie formy gramatyczne są zazwyczaj używane w hasłach reklamowych. Nauczyciel przedstawi przede wszystkim hasła zawierające czasowniki odmienione w trybie rozkazującym oraz reklamy, które w ogóle pozbawione są odmienionej formy czasownika, ponieważ te dwa typy haseł są bardzo często obserwowane zarówno w reklamach prasowych, radiowych, telewizyjnych, jak

i internetowych. Nauczyciel zaproponuje uczniom przykłady reklam z gazet, ale także nagrania prostych reklam z internetu. Linki do kilku reklam załączone zostały w netografii. Ponieważ w konstrukcjach haseł występujące w nich rzeczowniki często zastępują czasowniki, uczniowie powinni także poznać podstawowe zasady nominalizacji, czyli zamiany czasowników na rzeczowniki.

Przykłady haseł reklamowych z użyciem nominalizacji: *Doro, le choix de la simplicité !, La douceur de l'hiver en Méditerranée !, Le plein d'hydratation pour votre visage !, Przykłady z trybem rozkazującym: Choisissez des contenus adaptés à leur âge !, Téléchargez notre application !, Échangez vos titres en fin de validité !, Protégez-le, faites-vous vacciner !; przykłady z prostymi zdaniami w czasie teraźniejszym: Avec RED c'est facile de faire le bon choix ! RED c'est vert, RED c'est clair !. Na podstawie obserwacji treści zaproponowanych przez nauczyciela reklam, wniosków dotyczących użytej w nich gramatyki, i słownictwa, które uczniowie przygotowują (w interesującej ich dziedzinie), stworzą oni krótkie reklamy. Będą to reklamy w formie plakatów oraz nagranych plików audio lub wideo. Ich treść będzie zależała od profilu klasy. Uczniowie klas o profilu handlowym będą musieli zdefiniować klienta, dla którego chcieliby przygotować reklamę. Uczniowie innych profili będą przygotowywali reklamę w swojej dziedzinie, najlepiej z uwzględnieniem charakteru działalności gospodarczej, którą w przyszłości chcieliby prowadzić.*

5.2. Język polski

Na dwóch lekcjach języka polskiego, które będą częścią niniejszego projektu, nauczyciel zapozna uczniów z przykładowymi hasłami reklamowymi obecnymi w polskiej przestrzeni medialnej, które następnie zostaną przeanalizowane pod względem formy i treści. Uczniowie ustalą, jakie konstrukcje językowe są najczęściej obecne w zaproponowanych reklamach, jakie słowa nacechowane emocjonalnie są w nich używane, żeby przyciągnąć uwagę klientów. Każdy z uczniów znajdzie kilka reklam z dziedziny, która ich interesuje, zaprezentuje je na forum klasy, a następnie uczestnicy zajęć zastanowią się wspólnie, czy hasła reklamowe są chwytliwe, czy przekonują do zakupu reklamowych produktów lub usług. Spróbują też zdefiniować grupy odbiorców poszczególnych reklam i zastanowią się, jakie są różnice w ich treści w zależności od adresata komunikatów reklamowych. Omówią także typy reklam w zależności od ich funkcji: agresywnej, informacyjnej, prestiżowej, defensywnej, przypominającej i wzmacniającej.

5.3. Przedmiot branżowy

W zależności od szkoły, w której projekt będzie prowadzony, przedmiot branżowy może być różny. W klasie o profilu handlowym może to być np. organizacja i techniki sprzedaży. Jeśli projekt będzie prowadzony w klasie o profilu niezwiązanym w żaden sposób z handlem, może on zostać przedstawiony w trakcie zajęć z podstaw przedsiębiorczości. Praca nad projektem zajmie dwie lekcje przedmiotu branżowego, w trakcie których uczniowie poznają podstawy prowadzenia kampanii reklamowej. Zastanowią się, w jakich środkach przekazu się reklamować, żeby dobrze trafić do swoich odbiorców. Jakie informacje zawrzeć w reklamach, tak aby przyszli klienci trafili właśnie do nich. Nauczyciel może przedstawić wyżej wymienione informacje na podstawie dwóch lub trzech kampanii reklamowych wybranych firm, których strefa działalności będzie interesowała uczniów. Jeśli będą to np. uczniowie klasy o profilu logistycznym,

mogą analizować kampanie firm logistycznych itp. Jeśli projekt będzie prowadzony w klasach o profilu handlowym lub reklamy, uczniowie powinni zastanowić się, z jakimi typami firm chcieliby w przyszłości pracować i przeanalizować ich przykładowe kampanie. Nauczyciel i uczniowie skupią się nie tylko na mediach, w jakich kampanie będą prowadzone, oraz informacjach zawartych w przekazach reklamowych, ale także zastanowią się nad innymi formami reklamy, jak na przykład przygotowywanie gadżetów reklamowych.

6. Charakterystyka odbiorców

6.1. Zróżnicowanie potrzeb i umiejętności

Reklama to bardzo interesujący materiał do pracy z uczniami, ponieważ są to treści bardzo różnorodne i atrakcyjne zarówno wizualnie, jak i dźwiękowo. Teksty reklam są krótkie i proste pod względem konstrukcji, są zatem łatwe do zrozumienia przez uczniów. Podczas tworzenia komunikatów reklamowych należy pamiętać o zróżnicowaniu poziomów trudności. Podczas tworzenia treści uczniowie zdolni będą mogli wykazać się większą kreatywnością, stworzyć bardziej rozbudowane reklamy, spróbować wykorzystać różne znaczenia słów. Uczniowie niedosłyszający mogą przygotować reklamy w formie plakatów, uczniowie niedowidzący – nagrać swoje materiały w wersji audio. Uczniowie z deficytem uwagi, dla których praca plastyczna przy tworzeniu plakatu może być monotonna, mogą zająć się tworzeniem wersji wizualnej i nagrania reklamy. Taka różnorodność form będzie dobra dla uczniów dyslektycznych, którzy aby lepiej zapamiętać nowe treści, potrzebują metod pracy oddziaływujących na wiele zmysłów.

7. Formy i metody pracy

7.1. Formy pracy

W trakcie trwania niniejszego projektu uczniowie będą pracowali w grupach projektowych, które będą składały się z 4–5 osób. Składy grup muszą być zachowane przede wszystkim na lekcjach języka francuskiego, podczas których najpierw będą omawiane treści reklam zaproponowanych przez nauczyciela i ich konstrukcja gramatyczna. Następnie na podstawie omówionych wcześniej treści nauczyciel pomoże uczniom zrozumieć funkcjonowanie trybu rozkazującego oraz nominalizacji w języku francuskim. Te treści zostaną omówione w tradycyjnej formie, na forum całej klasy. Potem uczniowie wrócą do swoich grup projektowych, aby pracować nad własnymi hasłami reklamowymi. Podczas lekcji języka polskiego i przedmiotu branżowego klasa będzie pracowała jako jedna grupa.

7.2. Metody pracy

Główną metodą pracy będzie metoda projektu, która zakłada pracę kreatywną dla wszystkich uczniów, ale przede wszystkim odgrywa ogromną rolę w rozwoju uczniów ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi (SPE). Aktywizuje, uczy ich współpracy, ale i odpowiedzialności za swoje zadania.

Ponieważ uczniowie trzeciej klasy szkoły branżowej mają już podstawową znajomość języka francuskiego, nauczyciel może poprosić ich, aby podczas krótkich dialogów towarzyszących przygotowaniu hasła reklamowego i pozostałych działań uczniowie próbowali użyć metody komunikacyjnej, czyli prowadzić krótkie dialogi w języku

francuskim. Mogą oni wspólnie przygotować listę wyrażen, z których będą mogli korzystać.

Dużą rolę na lekcjach języka polskiego i przedmiotu branżowego odegra metoda analizy i dyskusji, ponieważ uczniowie będą analizować różnego rodzaju przekazy reklamowe oraz ustalać, jak powinna wyglądać kampania reklamowa.

Podczas pracy nad hasłami reklamowymi w języku francuskim uczniom z zaburzeniami ze spektrum autyzmu można zaproponować pracę metodą gramatyczno-tłumaczeniową, czyli przygotowaniem haseł w języku polskim i przetłumaczenia ich na język francuski. Taka metoda pozwala im na pracę indywidualną z zadaniem zamkniętym, którą preferują, ponieważ w takich warunkach potrafią skupić uwagę.

Należy także pamiętać, że uczniowie z niepełnosprawnością intelektualną najlepiej uczą się metodą pragmatyczną, tzn. odwołującą się do życia codziennego, dlatego reklamy, które będą przygotowywać, powinny składać się z prostego przekazu, informacji, np. czym zajmuje się firma, gdzie się znajduje i dla kogo świadczy usługi.

8. Sposób realizacji projektu edukacyjnego

8.1. Etap 1: zainicjowanie projektu

Projekt może zostać zainicjowany w dowolnym momencie roku szkolnego, na lekcji języka francuskiego, podczas której uczniowie zapoznają się z tematem projektu, jego celami, podzielą się na grupy projektowe, zapoznają się z regulaminem projektu i jego harmonogramem. Dobrze, żeby na pierwszych zajęciach projektowych pojawili się wszyscy nauczyciele biorący udział w projekcie i opowiedzieli, czym uczniowie będą się zajmowali na poszczególnych lekcjach.

8.1.1. Prezentacja regulaminu (propozycja regulaminu zamieszczona jest poniżej)

Regulamin zostanie zaprezentowany na pierwszej lekcji projektowej. Uczniowie zapoznają się z jego treścią, omówią z nauczycielami niejasne kwestie i wszyscy go podpiszą. Regulamin powinien następnie zawisnąć we wszystkich salach, w których uczniowie będą pracowali nad projektem i/lub w klasowej przestrzeni wirtualnej, do której wszyscy nauczyciele i uczniowie mają dostęp. To ostatnie będzie szczególnie ważne, jeśli nauka będzie odbywała się w trybie zdalnym.

8.1.2. Wybór tematu

Uczniowie w swoich grupach projektowych zastanowią się, w czym imieniu będą przygotowywać reklamę (uczniowie klas o profilu handlowym i reklamowym mogą wyobrazić sobie dowolnego klienta, dla którego będą wykonywać taką usługę, natomiast uczniowie innych typów klas branżowych mogą przygotować reklamy dla swoich przyszłych działalności). Następnie zastanowią się, jakie treści chcieliby przekazać w reklamie, czy będzie to reklama firmy, która rozpoczyna działalność i jest nowa na rynku, czy np. firma znana, która chce poszerzyć grono klientów lub ulepszyć swój wizerunek. Dzięki wczesnemu wyborowi tematu uczniowie już na pierwszej lekcji języka polskiego czy przedmiotu branżowego będą mogli przemyśleć powyższe kwestie.

8.1.3. Podział na grupy

Na pierwszej lekcji projektowej uczniowie podzielą się na 3- lub 4-osobowe grupy. Ponieważ w trzeciej klasie uczniowie znają się już dobrze, najlepiej żeby sami zdecydowali o składzie grup, wiedząc, z kim pracuje się im najlepiej. Być może w przyszłości z tymi samymi kolegami założą własne działalności gospodarcze i taka współpraca jeszcze na etapie szkoły pomoże im w późniejszym funkcjonowaniu. Po uformowaniu się zespołów nauczyciel powinien jednak sprawdzić ich składy i zareagować, jeśli siły nie zostaną równo rozłożone. Powinien również upewnić się, czy w grupach, w których są uczniowie ze SPE, partnerzy są gotowi ich wspomóc.

Kiedy uczniowie zapoznają się z oczekiwaniami co do efektów pracy, powinni przystąpić do podziału zadań między sobą, a następnie spisać je. Podczas podziału zadań nauczyciel także powinien sprawdzić, co zostało ustalone i zainterweniować, jeśli zadania nie zostały rozdane współmiernie.

8.1.4. Sformułowanie ogólnych oraz szczegółowych celów projektu

W trakcie projektu uczniowie poznają treści reklamowe w języku francuskim, rozumieją konstrukcje gramatyczne, które są w nich używane, a następnie sami przystąpią do stworzenia w języku francuskim reklamy swojej własnej przyszłej działalności lub działalności swojego przyszłego potencjalnego klienta. Uczniowie mają także zrozumieć, jak działa język reklamy po polsku, jakie treści należy zawierać w reklamach, aby trafiły one do wybranego odbiorcy i przynosiły oczekiwany skutek. W końcu uczniowie mają zrozumieć, również w języku polskim, jak działa kampania reklamowa dla wybranych działalności gospodarczych, jakie zadania wchodzi w jej skład i jak należy ją przygotowywać.

Rezultatem prac uczniów mają być reklamy w języku francuskim przygotowane w formie plakatu i nagrania audio lub wideo. Treści na obydwu nośnikach powinny być identyczne lub podobne.

Plakat powinien zawierać informacje o rodzaju usług, do jakich klientów są one skierowane oraz jakie są ich zalety. Mogą również zawierać ilustracje, które podniosą atrakcyjność przekazu. Natomiast w nagraniu audio powinniśmy usłyszeć te same treści poprawnie przeczytane w języku francuskim. Nagraniu wideo może dodatkowo towarzyszyć scenka uatrakcyjniająca przekaz. Całość nie powinna być dłuższa niż 5 zdań.

8.1.5. Przygotowanie harmonogramu pracy i podział zadań

W trakcie pierwszych zajęć projektowych warto dokładnie omówić harmonogram pracy oraz ustalić podział zadań wśród uczniów poszczególnych grup. Poniżej przykładowy harmonogram, który może równocześnie posłużyć uczniom za rozpiszkę zadań. Zapropionowane daty są przypadkowe.

Harmonogram – tabela

Numer lekcji/przedmiot/data	Działania
1/język francuski/10 stycznia	Prezentacja założeń projektu, podział na grupy, podzielenie zadań między członków grupy, podpisanie regulaminu.

Numer lekcji/przedmiot/data	Działania
2/język polski/11 stycznia	Omówienie treści przykładowych reklam w języku polskim, zwrócenie uwagi na informacje, które zawierają, i jak wpływają na odbiorców.
3/język francuski/12 stycznia	Praca z wybranymi reklamami w języku francuskim, omówienie ich treści, konstrukcji gramatycznych i słownictwa użytego. Przystąpienie do działań w grupie, zadania: Osoba 1: Osoba 2: Osoba 3:
4/przedmiot branżowy/12 stycznia	Omówienie sposobów prowadzenia kampanii reklamowej.
5/język francuski/17 stycznia	Praca nad reklamami, zadania: Osoba 1: Osoba 2: Osoba 3:
6/język polski/18 stycznia	Omówienie typów reklam w zależności od ich funkcji: agresywna, informacyjna, prestiżowa, defensywna, przypominająca, wzmacniająca.
7/przedmiot branżowy/19 stycznia	Omówienie sposobów prowadzenia kampanii reklamowej c.d.
8/język francuski/19 stycznia	Praca nad reklamami, zadania: Osoba 1: Osoba 2: Osoba 3:

Każda grupa projektowa powinna dostać swój harmonogram, w którym będzie mogła wpisać zadania do wykonania dla poszczególnych członków grupy. Można też wykorzystać przestrzeń pod numerem lekcji i datą na wpisanie działań wykonanych na danej lekcji lub haseł, które pomogą uczniom zapamiętać informacje przedstawione na lekcji. Nauczyciel będzie mógł pod koniec każdej lekcji sprawdzić harmonogram każdej z grup w celu sprawdzenia zaangażowania uczniów i monitorowania ich postępów. Oczywiście harmonogramy mogą być dostępne w formie tradycyjnej, papierowej, ale także na platformie cyfrowej, z której uczniowie korzystają do komunikacji z nauczycielem lub między sobą, np. Google Classroom.

8.2. Etap 2. Realizacja projektu

Pierwsze zajęcia projektowe odbywają się na lekcji języka francuskiego, podczas której będą obecni także pozostali nauczyciele biorący udział w projekcie. W trakcie tej lekcji uczniowie zapoznają się z projektem, dowiedzą się szczegółowo, jakie są założenia i cele projektu, poznają jego harmonogram i regulamin, który podpiszą. Podzielą

się także na grupy projektowe, w których będą pracować nad hasłami reklamowymi w języku francuskim. Wszystko to odbędzie się w języku polskim ze względu na obecność nauczycieli innych przedmiotów. Kiedy już wszystkie formalności zostaną omówione, nauczyciel koordynator może podziękować pozostałym nauczycielom za obecność i spróbować przejść na język francuski (jeśli grupa jest mocna) lub choćby wplatać francuskie pojęcia w trakcie wyjaśniania zadań, które uczniowie będą mieli do wykonania. Uczniowie przystąpią do wybierania tematów swoich reklam. Będą musieli zdecydować, jakie usługi lub produkt będą chcieli zareklamować, jakie treści przekazać w komunikacie, czy bardziej będą chcieli skupić się na podstawowych informacjach typu co, gdzie, kiedy i dla kogo, czy może będą chcieli przedstawić wyjątkowe zalety swoich usług lub produktu. Pierwsza forma reklamy będzie łatwiejsza do wykonania dla uczniów, którzy pracują powoli, słabiej znają język francuski, lub dla uczniów z trudnościami w uczeniu się, którzy potrzebują nauczania pragmatycznego, czyli pracy z konkretnymi informacjami, przydatnymi w życiu codziennym. Jeśli chodzi o produkty lub usługi, o których będzie mowa w reklamach, warto zasugerować uczniom, aby były one związane z branżą, której się uczą i z którą zapewne mają związane plany na przyszłość. Jeśli jest to szkoła gastronomiczna, uczniowie mogą zareklamować swoją przyszlą restaurację lub wyroby z cukierni. Jeśli jest to szkoła samochodowa, przygotowują reklamę warsztatu naprawy samochodów lub nowej marki samochodów, płynów do ich czyszczenia, swoich usług itp. Jeśli uczniowie biorący udział w projekcie uczą się na profilu handlowym lub reklamowym, mogą wybrać dowolną branżę, ponieważ zapewne w swoim życiu zawodowym będą mieli do czynienia z klientami z wielu branż. Kiedy uczniowie zdecydują w grupach o powyższych kwestiach, powinni podzielić zadania między członków. Finalnie uczniowie powinni przygotować reklamę jednego produktu lub usługi w formie plakatu i tę samą reklamę nagrać w formie audio lub wideo (mamy do czynienia z uczniami w wieku 17–18 lat, dlatego możemy oczekiwać, że w każdej grupie projektowej będzie chociaż jedna osoba posiadająca smartfon, który może posłużyć uczniom do nagrania). Na tym etapie uczniowie powinni zdecydować, kto będzie odpowiedzialny za hasła reklamowe i ich poprawność, kto za wykonanie plakatu, a kto za nagrania. Jeśli uczniowie są bardzo kreatywni, mogą przygotować dodatkowo scenkę, która w filmiku wideo uatrakcyjni przekaz.

Jeśli na zajęciach zostanie czas, można przejść do kolejnego punktu projektu, z prezentacją wybranych reklam w języku francuskim. Jeśli lekcja dobiegnie końca, od niższego punktu należy rozpocząć kolejne zajęcia.

Aby wprowadzić uczniów w temat reklam, należy zaproponować im kilka haseł reklamowych wybranych z reklam w prasie lub z internetu w formie pisanej, aby uczniowie wyraźnie widzieli treści reklam. Na początek należy zapytać ich w języku francuskim o przedmiot reklamy, potem należy zwrócić uwagę na interesujące formy gramatyczne. Warto zaproponować uczniom 2–3 hasła reklamowe z trybem rozkazującym, 2–3 z hasłami w formie nominalnej i 2–3 z prostymi czasownikami w czasie teraźniejszym. Poniżej propozycja kilku haseł z bieżącej prasy (warto zaproponować uczniom hasła razem z pełnym przekazem i obrazem reklamy).

- *La douceur de l'hiver en Méditerranée !*
- *Doro, le choix de la simplicité !*
- *Le plein d'hydratation pour votre visage !*
- *Choisissez des contenus adaptés à leur âge !*

- *Téléchargez notre application !*
- *Échangez vos titres en fin de validité !*
- *Protégez-le, faites-vous vacciner !*
- *RED c'est facile de faire le bon choix !*
- *RED c'est vert, RED c'est clair !*

Powyższe przykłady mają nauczycielowi posłużyć do wytłumaczenia konstrukcji językowych, dzięki którym hasło reklamowe ma szansę dotrzeć do odbiorcy. Na podstawie tych konkretnych przykładów łatwo będzie nauczycielowi pokazać, jak jedna informacja może być przedstawiona na różne sposoby: w powyższych przykładach mamy zarówno czasownik *choisir* użyty w trybie rozkazującym, jak i jego formę nominalną *le choix*. Nauczyciel powinien poprosić uczniów o wskazanie czasowników w powyższych zdaniach, a następnie o ustalenie, jak wygląda forma trybu rozkazującego (czasownik na początku zdania, bez podmiotu), a także omówić, jakie inne formy znajdują się w hasłach (równoważniki zdań oraz formy w czasie teraźniejszym, *c'est...*). W dalszej części lekcji nauczyciel przypomni uczniom zasady tworzenia trybu rozkazującego, a także poda kilka przykładów nominalizacji, która może przydać się uczniom podczas tworzenia ich haseł (np. *préparez-la : préparation, réparez-la : réparation, cuisinez-la : cuisine, échangez : l'échange, czy choisissez : le choix*).

Jeśli nauczycielowi wystarczy czasu, może także pokazać uczniom kilka filmików reklamowych (link do proponowanego filmiku w netografii) i poprosić ich o uzupełnienie poniższej tabeli podczas oglądania (tabelka odnosi się do 4 reklam z filmiku od drugiej do piątej). Uczniowie uzupełniają nazwę produktu i brakujące części hasła reklamowego. Odpowiedzi zostały podane w nawiasach.

Zadanie – tabela

LE PRODUIT RÉSENTÉ	LE SLOGAN
(la colle UHU)	(Retrouve)... ton stick UHU avec sa (formule)... UHU (colle)... tout sur tout.
(Internet RED)	Avec RED (c'est facile)... de faire le bon choix. RED c'est (vert)... c'est (clair)...
(le poulet KFC et Ubereats)	Avec Ubereats un vrai (poulet) ... fait maison c'est (bien) ... jusqu'à vous.
(les jouets/la maison PLAYMOBIL)	PLAYMOBIL en avant (les histoires) ...

Po omówieniu powyższych elementów uczniowie rozpoczynają pracę w swoich grupach. Tworzą plakaty z hasłami reklamowymi wybranych produktów lub usług, ilustrują je (mogą wykonać własne rysunki flamastrami, kredkami lub farbami, mogą także wykorzystać wycięte z kolorowych gazet zdjęcia lub wydrukować je z internetu). Jeśli umiejętności uczniów na to pozwalają, mogą oni także wykonać plakaty na komputerze w wybranym programie graficznym. Zanim jednak umieszczą na plakatach teksty sloganów reklamowych, powinni skonsultować ich poprawność z nauczycielem. Podczas pracy w grupach nauczyciel powinien być dostępny dla uczniów, gotowy pomagać im, jeśli będą tego potrzebować. Jeśli w klasie są uczniowie, którzy z powodu swoich specjalnych potrzeb zdecydowali się na pracę indywidualną i potrzebują skupienia, należy upewnić się, czy mają odpowiednie warunki, aby pracować w spokoju. Jeśli w klasie są uczniowie z zaburzeniami ze spektrum autyzmu, warto częściej pojawiać

się przy ich stanowiskach pracy i doceniać za każdy element wykonanej pracy, aby zachęcić ich do dalszego działania.

Po przygotowaniu plakatów, na kolejnej lekcji języka francuskiego, uczniowie rozpoczynają nagrywanie plików audio i wideo swoich reklam. Ważne, aby stworzyć uczniom dogodne warunki do pracy. Jeśli jest taka możliwość, należy uczniów jednej klasy rozmieścić w dwóch pomieszczeniach, a poszczególne grupy ulokować w ich przeciwnych końcach. Jeśli pogoda będzie temu sprzyjała, a uczniowie będą nagrywać filmiki, można zaproponować im nagrania na dworze.

Na dwóch projektowych lekcjach języka polskiego nauczyciel powinien omówić z uczniami przykładowe hasła reklamowe w języku polskim, które wspólnie przeanalizują pod względem formy i treści. Ustalą, jakie konstrukcje językowe są najczęściej obecne w zaproponowanych reklamach, jakie słowa nacechowane emocjonalnie są w nich używane, żeby przyciągnąć uwagę klientów. Każdy z uczniów przed lekcją powinien znaleźć kilka dostępnych reklam z dziedziny, która go interesuje, by podczas zajęć wspólnie zastanowić się, czy hasła reklamowe są chwytliwe, czy przekonują do zakupu produktów bądź skorzystania z proponowanych usług. Uczniowie określają, co sprawia, że dane reklamy są dla nich atrakcyjne. Mogą też zastanowić się, czy zdarzyło im się świadomie lub nieświadomie dokonać zakupu pod wpływem reklamy, a jeśli tak, to co to było i co zdecydowało o kupnie. Definiują grupy odbiorców poszczególnych reklam i zastanawiają się, jakie są różnice w treściach w zależności od odbiorców, do których są skierowane. Omówią także typy reklam w zależności od ich funkcji: agresywna, informacyjna, prestiżowa, defensywna, przypominająca, wzmacniająca.

Dwie lekcje branżowe wchodzące w skład projektu zostaną poświęcone omówieniu sposobów prowadzenia kampanii reklamowych. Jeśli lekcją branżową będą zajęcia z wykonywania projektów reklamy lub realizowania kampanii reklamowej, nauczyciel sam zdecyduje, które treści z programu swojego przedmiotu zechce omówić na zajęciach projektowych. Jeśli będą to zajęcia np. z organizacji i technik sprzedaży lub podstaw przedsiębiorczości, nauczyciel omawia z uczniami ogólnie sposoby prowadzenia kampanii reklamowych. Informacje na ten temat można znaleźć pod linkami zamieszczonymi w bibliografii.

8.3. Etap 3. Prezentacja wyników

Prezentacja wyników odbędzie się na dodatkowej lekcji języka francuskiego, już po zakończeniu projektu lub na dodatkowym spotkaniu pozalekcyjnym ze wszystkimi uczniami i nauczycielami zaangażowanymi w projekt. Wszystkie grupy projektowe przedstawią swoje reklamy. Podczas kolejnych prezentacji pozostali uczniowie będą notowali informacje dotyczące tych reklam w tabeli, która będzie miała układ identyczny z tabelą zamieszczoną w poprzednim podpunkcie, czyli będzie się odnosiła do produktu bądź usługi oraz sloganu reklamowego. Po zakończeniu wszystkich prezentacji uczniowie głosują na najlepszą ich zdaniem reklamę (nie mogą głosować na swoją), wpisując nazwę produktu na karteczce i oddając ją nauczycielowi. Uczniowie z grupy, której reklama wygra, dostaną dodatkowe oceny celujące z tego projektu.

9. Ewaluacja

Jeśli wystarczy czasu na zajęciach, podczas których uczniowie będą prezentowali swoje reklamy, nauczyciel może zaproponować uczniom wykorzystanie go na przeprowadzenie

ewaluacji projektu. Ponieważ projekt dotyczy tworzenia reklam, można zaproponować uczniom, aby z powrotem w swoich grupach projektowych przygotowali, tym razem już po polsku, hasła reklamowe dotyczące pracy metodą projektu i zachęcał inne klasy szkoły bądź nauczycieli do takich lekcji. Aby dać uczniom szansę wyrażenia niezadowolenia z niektórych elementów pracy projektowej, aby pozostać w konwencji usług i produktów firmy, można zasugerować im napisanie listów reklamacyjnych dotyczących kwestii, które nie spotkały się z ich uznaniem.

Listy te mogą brzmieć, przykładowo:

Szanowni Państwo,

Podczas dwóch poprzednich tygodni, na wybranych lekcjach spędziłem(-am) czas na pracy nad projektem interdyscyplinarnym. Niestety, ku mojemu rozczarowaniu, podczas współpracy z kolegami zauważyłem(-am) że,, nie udało nam się, nie działały, Zbyt dużo czasu poświęciliśmy na, a zbyt mało na

Niestety, nauczyciel

Zwracam się z uprzejmą prośbą o rekompensatę za moje niezadowolenie (np. dodatkową lekcją języka francuskiego)

Z poważaniem,

Uczeń

W ramach tej samej konwencji nauczyciel powinien odpowiedzieć uczniom pisemnie na ich listy, w których zaproponuje rozwiązanie i omówi sposoby na ulepszenie kwestii podniesionych przez uczniów.

Regulamin (przykład)

Regulamin projektu interdyscyplinarnego: Le pouvoir de la publicité (Reklama dźwignią handlu)

Cele projektu:

- Poznam hasła reklamowe w języku francuskim. (język francuski)
- Poznam słowa i wyrażenia przydatne w tworzeniu własnej reklamy. (język francuski)
- Przypomnę sobie konstrukcje gramatyczne z czasownikami w trybie rozkazującym. (język francuski)
- Stworzę hasła reklamowe w języku francuskim, reklamujące własną działalność lub hasła reklamowe dla moich klientów i przedstawię je w formie plakatu i nagrania audio lub wideo. (język francuski)
- Dowiem się, jak tworzyć hasła reklamowe oraz poznam funkcje języka używanego w reklamie. (język polski)
- Poznam sposoby prowadzenia kampanii reklamowych. (przedmioty branżowy)
- Zasady zachowania:
 - Każdy uczeń odpowiada za przydzielone mu zadanie.
 - Projekt polega na współpracy, upewniamy się, czy koledzy i koleżanki nie potrzebują pomocy. Jeśli tak jest, pomagamy.
 - Jeśli ktoś jest nieobecny, stara się wykonać swoje zadanie w domu i przekazuje kolegom obecnym.

- Podczas dyskusji i rozmów w grupie słuchamy opinii innych osób.
- W razie konfliktu lub innych problemów prosimy o pomoc nauczyciela.
- Uczestnicy: uczniowie klasy III
- Koordynator projektu: Pan/Pani
- Nauczyciele:
- Czas trwania od do.....
- Miejsce, data:

Powyższy regulamin powinien zostać również opublikowany na platformie służącej projektowi lub powieszony w klasach, gdzie uczniowie będą pracować nad projektem.

10. Ocenianie

Nauczyciel oceni każdego ucznia według poniższej tabeli. Wystawiwszy ocenę, omówi ją indywidualnie z każdym uczniem. W przypadku uczniów pracujących indywidualnie zostaną pominięte punkty przyznawane za współpracę. Jeśli w klasie są uczniowie, którzy potrzebują częstego monitorowania i zachęcania do pracy przez nauczyciela, ich ocena za zaangażowanie może być podzielona i przyznane zostaną punkty częściowe za każdą lekcję. W takiej sytuacji nauczyciele muszą pamiętać, żeby uczeń dostawał od nich informację zwrotną po każdym zajęciach, żeby zrozumiał do czego odnoszą się poszczególne pochwały lub obserwacje nauczyciela. W przypadku oceny za udział w dyskusjach, jeśli uczeń ze SPE z powodu swoich zaburzeń nie może wziąć w nich udziału, może przygotować notatki z relacją z dyskusji, które odbyły się w klasie i notatki te mogą zostać ocenione.

Ocenianie – tabela

Co jest oceniane?	Punkty	Komentarz nauczyciela
Hasło reklamowe w języku francuskim: minimum 5 zdań, obecne formy trybu rozkazującego, czasowniki odmienione w czasie teraźniejszym, rzeczowniki utworzone od czasowników lub przymiotników, poprawność gramatyczna, dobra struktura zdania lub równoważnika, poprawna wymowa osoby czytającej i nagranej.	.../10pkt	
Atrakcyjność reklamy: chwytliwe hasło, potrzebne informacje zawarte w reklamie, zdefiniowany odbiorca.	.../10pkt	
Estetyka pracy: ilustracje zamieszczone na plakacie, odpowiednio dobrana czcionka, podkreślenie najważniejszych informacji, nagranie audio lub wideo.	.../10pkt	
Zaangażowanie w projekt (oceniane indywidualnie): współpraca z kolegami, terminowość zadań.	.../10pkt	
Udział w dyskusjach (lekcje branżowe, lekcje języka polskiego): oceniane indywidualnie przez nauczyciela j.polskiego i przedmiotu branżowego.	.../10pkt	

Skala:

50–40 pkt: celujący

39–30 pkt: bardzo dobry

Poniżej 30 pkt: dobry

11. Netografia

[Compilation de publicités françaises de l'année 2020](#) (dostęp 15.11.2022) – film z propozycjami reklam, które zostały wykorzystane do ćwiczenia zaproponowanego na lekcję języka francuskiego.

[Jak zrobić kampanię reklamową? – etapy planowania i tworzenia kampanii reklamowej](#) – (dostęp 15.11.2022) – wskazówki, jak prowadzić kampanię reklamową, dla nauczyciela przedmiotu branżowego lub podstawy przedsiębiorczości.

[10 kroków do stworzenia skutecznej reklamy](#) (dostęp 15.11.2022) – wskazówki, jak prowadzić kampanię reklamową na facebooku, dla nauczyciela przedmiotu branżowego lub podstawy przedsiębiorczości.

[Projekt kampanii reklamowej. 6 wskazówek tworzenia kampanii internetowej](#) (dostęp 15.11.2022) – wskazówki, jak prowadzić kampanię reklamową, dla nauczyciela przedmiotu branżowego lub podstawy przedsiębiorczości.

[Typy i rodzaje reklam internetowych – jak wybrać właściwą promocję online?](#) (dostęp 15.11.2022) – informacje dotyczące typów reklam dla nauczyciela języka polskiego.

[Typy reklam](#) (dostęp 15.11.2022) – informacje dotyczące typów reklam dla nauczyciela języka polskiego.

[7 typów reklamy, bez których świat nie byłby taki sam](#) (dostęp 15.11.2022) – informacje dotyczące typów reklam dla nauczyciela języka polskiego.

Karolina Wawrzonek – wykładowczyni w Instytucie Romanistyki Uniwersytetu Warszawskiego, autorka rozprawy doktorskiej dotyczącej poradników nauczyciela towarzyszących podręcznikom do nauki języka francuskiego. Od 22 lat lektorka języka francuskiego, egzaminatorka DELF (fr. *Diplôme d'études en langue française*), egzaminatorka Olimpiady Języka Francuskiego, współpracująca przy jej organizacji. Współtworzy różnorodne materiały do nauczania języka francuskiego, materiały egzaminacyjne, a także prowadzi staże przyszłych nauczycieli języka francuskiego.