

# Naslov: **Reklama i reklamne tehnike**

**Autor scenarija poučavanja: Irena Čipraković**

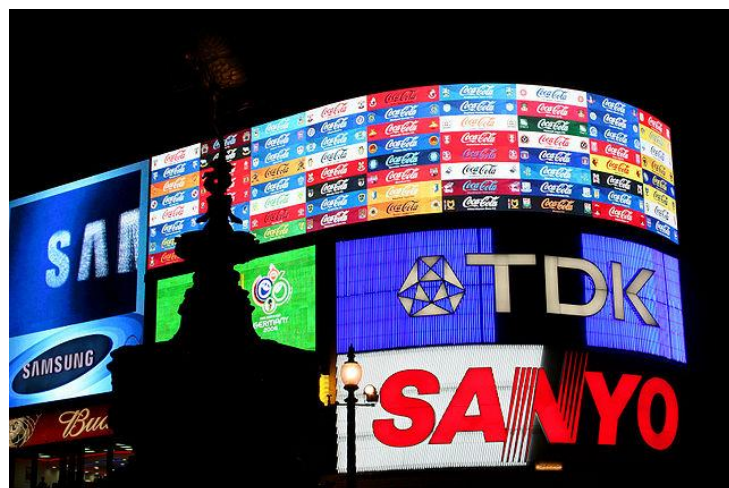
**Predmet: Ekonomika**

**Razred: treći**

**Nastavna tema: Reklama i reklamne tehnike**

**Razina izvedbene složenosti: srednja**

**Ključni pojmovi: reklama, reklamna tehnika, marka proizvoda, slogan, logotip, marketing**



**Korelacije, interdisciplinarnost i međupredmetne teme:**

Politika i gospodarstvo – tržišna ekonomija

Hrvatski jezik – medijska pismenost

Računalstvo – izrada plakata u digitalnom alatu

Matematika – povećanje prodaje proizvoda ili usluge uz dobru reklamu

## **Ishodi učenja:**

- Objasniti svrhu reklame
- Identificirati vrstu reklame
- Nabrojati elemente reklame
- Prepoznati reklamne tehnike
- Izraditi reklamu

*\*U zagradama su navedena slova koja označavaju aktivnosti ovog scenarija poučavanja, a njihovom se realizacijom doprinosi ostvarenju pojedinog ishoda.*

## **Očekivanja MPT**

Uku A.4/5.1. Učenik samostalno traži nove informacije iz različitih izvora, transformira ih u novo znanje i uspješno primjenjuje pri rješavanju problema

Uku D.4/5.2. Učenik ostvaruje dobru komunikaciju s drugima, uspješno surađuje u različitim situacijama i spreman je zatražiti i ponuditi pomoć

Ikt D.5.1. Učenik svrsishodno primjenjuje vrlo različite metode za razvoj kreativnosti kombinirajući stvarno i virtualno okruženje

Osrb.3.4. Suradnički uči i radi u timu

Ikt D.5.3. Učenik samostalno ili u suradnji s kolegama predočava, stvara i dijeli nove uratke s pomoću IKT-a

## **Vrednovanja:**

- **za učenje: (A, D, E, G)**
- **kao učenje: (B, C, F, G) – nastavni listić u digitalnom alatu i lista za samovrednovanje**
- **naučenog: nastavna tema dio je nastavne cjeline koja će biti obuhvaćena sumativnom ocjenom usmenom provjerom znanja**

*\*U zagradama su navedena slova koja označavaju aktivnosti ovog scenarija poučavanja, a njihovom se realizacijom doprinosi ostvarenju pojedinog ishoda.*

.....

**Opis aktivnosti:**

## **A** Što smo do sada naučili?

Učenci kao uvodnu aktivnost odgovaraju na postavljena pitanja kojim ponavljaju prethodne nastavne sadržaje.  
Nastavnik s učenicima prodiskutira o dosada obrađenim temama.

---

## **B** Gledam i asociram

Nastavnik učenicima pokazuje dva kratka filma – dvije reklame koje predstavljaju uvod u nastavnu jedinicu.  
[https://www.youtube.com/watch?v=wVd57IUCxF4&ab\\_channel=Kra%C5%A1d.d](https://www.youtube.com/watch?v=wVd57IUCxF4&ab_channel=Kra%C5%A1d.d).  
[https://www.youtube.com/watch?v=fpCPRJeYIA4&ab\\_channel=FerreroHrvatska](https://www.youtube.com/watch?v=fpCPRJeYIA4&ab_channel=FerreroHrvatska)  
Za vrijeme gledanja filmova učenici zapisuju na post-it papire osjećaj ili misao koju su doživjeli tijekom gledanja filmova. Međusobno uspoređuju s drugim učenicima doživljeno.  
Nakon toga im prikazuje ppt prezentaciju. Tijekom prezentiranja učenici u obrazac bilješke o nastavnoj jedinici upisuju nastavne sadržaje prikazane na slajdovima.

---

## **C** Nešto učenicima svakodnevno!

Nastavnik upućuje učenike neka na svojim pametnim telefonima potraži influensera kojeg oni prate na društvenim mrežama.  
Učenici pretražuju svoje profile na društvenim mrežama  
Svaki učenik po završetku aktivnosti objašnjava ostatku razreda kojeg influensera „prati“ na društvenim mrežama ili za koga je čuo.

## **D** Sad učenici postaju reklamni stručnjaci

Nastavnik dijeli učenike u grupe.  
Objašnjava im kako je njihov zadatak uzimajući u obzir da se nalazimo u periodu promidžbe škole za upise učenika u prvi razred, napraviti reklamu za upis u smjer šumarski tehničar u obliku plakata. Sugerira im neka koriste fotografije s izvanučioničke nastave.  
Predloženi digitalni alat: <https://www.canva.com/>  
Svoje radove postavljaju na Jamboard:  
[https://jamboard.google.com/d/1q\\_hjzHrp5GAB42WIH5ZroMfuFqVg5NFxV\\_nHRSgTTfA/viewer?f=0](https://jamboard.google.com/d/1q_hjzHrp5GAB42WIH5ZroMfuFqVg5NFxV_nHRSgTTfA/viewer?f=0)

## **E** Izreklamiraj najbolje što možeš!



Nastavnik prikazuje Jamboard ploču na kojoj se nalaze plakati svih grupa. Predstavnik svake grupe prezentira reklamni plakat uz ukazivanje na pojedini element reklame te koje su reklamne tehnike koristili prilikom izrade reklamnog plakata.

## **F** Vršnjačko vrednovanje

Svaka grupa ocjenjuje plakat preostalih grupa pri tom ističući ima li sve elemente reklame i jeli ostvarena zadana svrha reklame te koja su reklamne tehnike korištene

Nakon završenog vrednovanja po grupama, međusobno komentiraju rezultate.

Primjer obrazaca vršnjačkog vrednovanja

VREDNOVANJE REKLAMNOG LETKA	REKLAMNI LETAK	
		
<b>SASTAVNICE</b>		
<b>Ostvarena svrha reklame</b>		
<b>Plakat sadrži elemente reklame:</b>		
✓ <b>privlačan naslov</b>		
✓ <b>jasan tekst</b>		
✓ <b>logotip</b>		
✓ <b>slogan</b>		
✓ <b>vizualni elementi</b>		
✓ <b>poziv na akciju</b>		
<b>Korištene reklamne tehnike</b>		



## Domaća zadaća

Učenici dobivaju zadatak koji se temelji na vlastitom doživljaju i analizi reklama koje najčešće imaju prilike vidjeti ili su ih iz nekog drugog razloga zamijetili. Trebaju ispuniti anketu o reklamnim tehnikama koje su zamijetili u reklamama na bilo kojem mediju.

### RAZMISLITE I ODGOVORITE O TOME U KOJOJ STE REKLAMI ZAPAZILI NEKU OD REKLAMNIH TEHNIKA

**PREPORUKA POZNATE OSOBE** - slavna osoba npr. glumac ili sportaš govori kako je proizvod odličan ili da ga i sam koristi.

Primjer:

**GLAS STRUČNJAKA, NPR. LIJEČNIKA ILI ZNANSTVENIKA** - koji govore o djelotvornosti proizvoda

Primjer:

**ZNANSTVENI DOKAZI** - predstavljaju se podaci iz istraživanja koji dokazuju kvalitetu proizvoda.

Primjer:

**USPOREDBE** - međusobno se uspoređuju slični proizvodi. takve reklame nastoje pokazati da je neki proizvod snažniji, sigurniji, lakši, jeftiniji itd. od drugih sličnih proizvoda.

Primjer:

**DEMONSTRACIJE** - pokazuju kako dobro proizvod djeluje.

Primjer:

---

### Dodatna literatura, sadržaj i poveznice:

- M. Figurić, 1996.: Uvod u ekonomiku šumskih resursa, Šumarski fakultet Sveučilište u Zagrebu, Zagreb
- M. Figurić, 1994.: Osnove ekonomske proizvodnje u šumarstvu i preradi drva I dio, Šumarski fakultet Sveučilište u Zagrebu, Zagreb
- Đ. Njavro i suradnici, 2001.: Gospodarstvo, Biotehnika Zagreb, Zagreb
- D. Mađarić, F. Rocco, 2003.: Marketing, Školska knjiga Zagreb, Zagreb
- M. Cingula, Grabovac, Miletić, 2003.: Poduzetništvo, Školska knjiga, Zagreb
- P. Samuelson i W. Nodhaus, 1992.: Ekonomija, Mate, Zagreb

### Postupci potpore

Prije izvođenja aktivnosti učenicima s teškoćama detaljno objasnite način rada i provjerite jesu li razumjeli.

Zadatke zadajte i napišite na primjeren način (prema [Didaktičko-metodičkim uputama za učenike s posebnim odgojno-obrazovnim potrebama](#)), a učenicima osigurajte **dovoljno vremena za rješavanje**. Učenike s posebnim odgojno-obrazovnim potrebama, ne bi trebalo vremenski ograničavati u radu.

Darovitim učenicima kojima je potrebno manje vremena za rješavanje zadataka predložiti izradu digitalne reklame za društvene mreže na temu upisa u smjer šumarski tehničar.