

# Průřezové téma MEDIÁLNÍ VÝCHOVA

Magdaléna Smržová

## Vyučovací předmět

Anglický jazyk

## Téma

Reklama (Advertisement)

## Cíle

Rozšíření slovní zásoby k tématu *reklama*

Rozvinutí vědomostí a dovedností v oblasti mediální výchovy

Rozvinutí produktivních a receptivních dovedností

Opakování přídavných jmen

## Potřebné materiály

Slovníky

Počítače

Interaktivní tabule (data projektor)

## Úroveň

B1 – B2

## Časová dotace

2 vyučovací hodiny

---

Aktivita	Čas	Obsah
<b>Warm-up</b>  Skupinová práce	3 min.	<p>Nakreslím kruh na tabuli a kolem napíšu různá slovíčka/slovní spojení týkající se reklamy (<b>target audience, product, billboard, slogan, flyer, consumer, trailer, to promote, publicity, prime time, flyer, profit, banner ad, brand, consumer, jingle, logo, pop-up ad, to purchase, to attract attention</b>) – vyberu pouze některá.</p> <p>Nechám žákům prostor, aby si výrazy přečetli, a poté je nechám hádat téma hodiny. Když žáci uhodnou téma,</p>

		napíšu ho do kruhu. Poté se žáků zeptám, jestli je napadají ještě další slovíčka k tomuto tématu, pokud ano, dopíšu je na tabuli (žáci si všechna nová slovíčka zapisují).
--	--	--

Aktivita	Čas	Obsah
<b>Definice</b>  Práce ve dvojicích	8 min.	Dříve, než si společně vysvětlíme význam slovíček, rozdám žákům pracovní listy se seznamem slovíček vztahujícím se k reklamě a oni mají za úkol ve dvojicích, buď pomocí tištěného, nebo internetového slovníku, vyhledat definice k daným výrazům.

### Cvičení 1 – definice:

**flyer, target audience, banner ad, billboard, brand, consumer, logo, pop-up ad, slogan, to promote, to purchase**

- 1.) a very long board used for advertising
- 2.) to buy
- 3.) a person who buy things
- 4.) a short piece of paper used for advertising
- 5.) a product made by a particular company
- 6.) a short phrase that is easy to remember, used for advertising
- 7.) to make people aware of a product or service
- 8.) an advert that opens in a new window when you visit a website
- 9.) symbol or design used by company to identify it
- 10.) long, narrow advertisement on a website
- 11.) the intended recipient of an advertisement

Maturita Solutions 2nd edition Intermediate

Aktivita	Čas	Obsah
<b>Diskuze</b>  Skupinová práce	10 min.	Zeptám se žáků, jestli znají nějaké <b>příklady sloganů</b> a k čemu takový slogan slouží.  Zeptám se jich, jaká <b>přídavná jména</b> by se v reklamě, či k ohodnocení reklamy daly použít. Napíšeme si je na tabuli.

		<p>Zeptám se, <b>kde všude se může vyskytovat reklama</b> a napíšeme na tabuli. Žáci by si měli uvědomit, že reklama se vyskytuje skutečně všude a oni si to možná ani neuvědomují. Zmíním pojem <b>placement product</b> ve filmech/seriálech.</p> <p>Zeptám se, co je to <b>target audience (cílová skupina)</b> a jestli si uvědomují, že každá reklama je cílená na nějaký věk/pohlaví/skupiny atd.</p>
--	--	---

### Cvičení 2 – přídavná jména (příklady)

absolutely delicious, cool, fantastic, good flavour, guaranteed, high/top quality, something special, stylish, tasty, totally reliable, unique

amusing, attractive, awful, boring, brilliant, clever, colourful, offensive, ridiculous, serious, shocking, successful, weird, unusual

New Opportunities Intermediate

Aktivita	Čas	Obsah
<p><b>Příklady reklam</b></p> <p>Individuální práce</p>	15 min.	<p>Pustím žákům na interaktivní tabuli příklady reklam (některé jsou videa na Youtube, některé jsou pouze obrázky). Videa a nahrávku z rádia jim pustím dvakrát. Společně si projdeme otázky v pracovním listu, jestli tomu všichni rozumí.</p> <p>Žáci si píšou odpovědi k otázkám v pracovním listu. <b>Co reklama propaguje</b>, jaká je <b>cílová skupina</b>, příklady <b>přídavných jmen</b>, která by mohla danou reklamu definovat, <b>kde všude se může takováto reklama vyskytovat</b> a jestli si žáci všimli nějakého <b>sloganu</b> (pokud ne, budou se ho snažit vymyslet).</p> <p>Společně zkontrolujeme.</p>

Aktivita	Čas	Obsah
<p><b>Vytvoření reklamy (aplikace poznatků z hodiny)</b></p> <p>Práce ve skupinách (4 – 5 žáků)</p>	Domácí úkol	<p>Žáky rozdělím do <b>skupin</b>. Každá bude muset využít <b>jiného druhu reklamy</b>. O rozhodnutí, jaký druh reklamy dostane ta která skupina, se bude <b>losovat</b>.</p> <p>Žáci budou mít za úkol vytvořit reklamní kampaň pro školu nebo kampaň nějakého volnočasového kroužku dle výběru žáků (plavecký kroužek, taneční, šermířský, atd.). Druhy reklam: 1. <b>TV reklama</b>, 2. <b>internetová reklama</b>, 3. <b>reklama v tištěných médiích</b>, 4. <b>reklama v rádiu</b>.</p> <p>Žáci k práci využijí prostředků k vytvoření dané reklamy – natočí reklamu (na mobil, kameru, fotoaparát) a sami ji sestříhají; reklamu do rádia přímo namluví (i s případným hudebním podkreslením); internetovou reklamu vytvoří na počítači; tištěnou reklamu vytisknou.</p>

Aktivita	Čas	Obsah
<p><b>Prezentace výtvorů</b></p> <p>Skupinová práce</p>	30 min.	<p>Jednotlivé skupinky prezentují svou reklamu a ostatní spolužáci pozorně sledují/poslouchají (dělají si poznámky). Následně probíhá diskuze – co se ostatním líbí, co by se dalo zlepšit, jestli je reklama dostatečně jasná, jestli je reklama zaměřená na cílovou skupinu, na kterou měla být zaměřená, jestli žáci použili chytlavý slogan/jestli zaujali apod.</p>

Aktivita	Čas	Obsah
<p><b>Diskuze</b></p> <p>Skupinová práce</p>	10 min.	<p>Proběhne diskuze s žáky: Když jste si nyní vyzkoušeli, jak se taková reklama tvoří, jaké techniky, podle vás, reklamy využívají k tomu, aby si získali zákazníky?</p>

		<p>Koupili jste si někdy nějaký výrobek na základě reklamy?</p> <p>Máte nějakou oblíbenou reklamu a proč?</p> <p>Ukončíme téma tím, že je dobré reklamu si uvědomovat. I tam, kde bychom ji nečekali. A vědět, že reklamním agenturám a firmám propagující svůj produkt jde o zákaznickovy peníze/sympatie/hlas jeho případný další nákup.</p>
--	--	--

## **Sekundární literatura**

FALLA, Tim, Paul A. DAVIES. *Maturita solutions: intermediate*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2012.

HARRIS, Michael, David MOWER a Anna SIKORZYŃSKA. *New Opportunities: intermediate student's book*. Harlow: Longman, 2006.