**Pamokos tema.** Reklama miesto gatvėse: ar ji veikia mane?

**Tikslas.** Surasti Vilniaus gatvėse esamas reklamas ir identifikuoti jų poveikį žiūrovui

**Uždaviniai:**

* Išsiaiškinti, kas yra reklama ir koks jos poveikis žiūrovui
* Gebėti nustatyti vartotojiškumo ir reklamos sąryšį
* Stiprinti medijų raštingumą ir mokinių atsparumą reklamos poveikiui

**Kompetencijos:** pažinimo, kultūrinė, skaitmeninė, komunikavimo

**Priemonės:** užduoties lapai, IKT priemonės (kompiuteris, telefonas (filmuojantis)), rašiklis

**Vertinimas:** formuojamasis, kaupiamasis

**Metodai:**  tiriamasis darbas, Padlet pristatymas, diskusija, Mentimeter įsivertinimas, išvyka

**Vieta:** Gedimino prospektas 64 – Didžioji gatvė 31

**Klasė:** 9 – 10 klasės

**Temos sąvokos:** vartotojiška visuomenė, reklama, reklamos kanalas, prekės ženklo įvaizdis,

**Veiklos:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pamokos dalys** | **Turinys** | **Pastabos** |
| **Pasiruošimas pamokai.** | Apversta klasė. Mokiniai susipažįsta su pamokos teorine dalimi namuose individualiai.  | Naudojama Visuotinė lietuvių enciklopedija:https://www.vle.lt/straipsnis/reklama/ |
| **Įvadas.**  | Mokytojas supažindina mokinius su pamokos tema, tikslu, uždaviniais bei pagrindinėmis sąvokomis. | **Vartotojiška visuomenė** - visuomenė, kuriai būdinga vartotojiška vertybinė orientacija ([vartotojiškumas](https://www.vle.lt/straipsnis/vartotojiskumas/)), vis didesnis materialinių gėrybių ir paslaugų [vartojimas](https://www.vle.lt/straipsnis/vartojimas/).**Reklama** -  bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, skirta paveikti žmones taip, kad jų elgsena atitiktų šios informacijos užsakovo tikslus. Vienas esminių požymių, skiriančių reklamą nuo kitos informacijos, yra jos mokumas (reklamą visada apmoka jos užsakovai).**Reklamos kanalas** - reklamos informacijos perdavimo priemonės**Prekės ženklo įvaizdis** - vartotojo nuomonės apie tam tikrą prekės ženklą̨. |
| **Pagrindinė dalis** | Mokiniai suskirstomi grupėmis po 3-4 asmenis. Mokiniams išdalinamos užduotys. Mokiniai pradeda tiriamąją veiklą nurodytu maršrutu (Gedimino pr. 64 - Didžioji gatvė 31), pildomos lenteles. Mokiniai kelia du pasirinktus reklamų pavyzdžius į Padlet platformą. Tiriamojo darbo (lentelės) pristatymas klasei. Rodomas Padlet platformoje įkeltos dvi reklamos.Diskusija. Mokytojas inicijuoja diskusiją.  | Mokytojas susikuria pamokos „padlet‘ą“ kelti reklamų nuotraukoms.Diskusijos klausimai: 1. Kokiu reklamos kanalu mane daugiausiai pasiekia reklamos?
2. Ar šia savaitę teko pirkti daiktus, kurių man nereikia?
3. Ar šios prekės yra reklamuojamos? Kur?
4. Kur pirkau prekes? Kokia atmosfera ir nuotaika buvo kuriama pirkimo vietoje?
5. Ar teko pirkti prekes tik dėl emocinių paskatų? Ar dėl reklamos poveikio?
6. Kokiomis apsipirkimo taisyklėmis vadovaujuosi?
 |
| **Refleksija** | Aptariamos pamokos veiklos, mokiniai išsako savo patirtis. Mentimeter platformoje mokiniai įsivertina savo pirkimo įpročius ir atsparumą reklamos poveikiui.  Mokytojas įvertina mokinius. | Mokytojas susikuria įsivertinimo apklausą Mentimeter platformoje, kurioje mokiniai įsivertina savo vartojimo įpročius ir atsparumą reklamai. Įsivertinimo apklausoje pateikiami teiginiai:1. Savo pirkimo įpročius gebu vertinti kritiškai.
2. Esu atsparus reklamos poveikiui.
3. Pamokos metu įgytos žinios ir įgūdžiai padės būti atsparesniam reklamos poveikiui.
4. Pamokos metu įgytos žinios ir įgūdžiai padės būti kritiškesniam perkant nereikalingas prekes.
 |