

Metodický list pre učiteľov

Téma: Propagácia a marketing – ako pripraviť účinnú reklamu pre rôzne cieľové skupiny

Cieľ hodiny

Žiak vie navrhnúť rôzne marketingové prístupy pre vybrané cieľové skupiny za účelom zvyšovania povedomia o zálohovom systéme na Slovensku.

Žiak si vníma potrebu zvyšovania pozitívneho vnímania zálohového systému podľa rôznych cieľových skupín.

Cieľová skupina

Žiaci stredných škôl

Predmetový kontext

- Slovenský jazyk a literatúra
- Etická výchova
- Mediálna výchova

Dĺžka trvania

90 minút

Kľúčové pojmy na hodine

Zálohový systém, reklama, propagácia, argumentácia, formy marketingu

Priebeh hodiny

- Žiak vysvetlí čo je reklama a aké sú jej princípy.
- Žiak popíše základné znaky slovenského zálohového systému.
- Žiak analyzuje rôzne cieľové skupiny z hľadiska ich hodnôt, postojov, názorov, motivácií, kľúčových komunikačných nástrojov a pod.
- Žiak spracuje argumentačné nástroje na podporu pozitívneho vnímania zálohového systému/aktívnom zapojení sa do zálohového systému pre jednotlivé cieľové skupiny.
- Žiak pripraví návrh reklamného spotu/reklamy na podporu pozitívneho vnímania zálohového systému/aktívnom zapojení sa do zálohového systému pre vybranú cieľovú skupinu.
- Žiak zhodnotí výber jazykových prostriedkov a jazykového štýlu vo svojom reklamnom spote s ohľadom na vybranú cieľovú skupinu.

1. Úvod (20 minút)

- Porozumenie pojmom reklama, reklamný spot, slogan, marketing.
- Porozumenie reklamným princípom.
- Diskusia o zálohovom systéme.

Úloha pre žiakov



Pracujte samostatne. Pozrite si video alebo si vypočujte podcast so základnými informáciami o pojmoch reklama, reklamný spot, slogan a marketing.

Poznačte si vysvetlenia jednotlivých pojmov do pracovných listov. Na základe poznámok sa dohodnite na vytvorení vlastnej definície uvedených pojmov.

Z videa identifikujte, aké sú základné reklamné princípy. Popíšte si ich na spoločný poster alebo do online zdieľaného dokumentu ako podklad pre ďalšiu prácu v nasledujúcich častiach hodiny.

Pozn. pre učiteľa:

Požiadajte žiakov, aby pracovali s notebookmi alebo tabletmi. Ich úlohou je vytvoriť si hneď v úvode zdieľaný priestor – súbor, v ktorom budú mať uložené video, texty so základnými pojmi. V zdieľanom súbore si tiež vytvoria zdieľaný online textový súbor, do ktorého budú postupne vpisovať jednotlivé úlohy. Odporúčame využívať nástroje MS Office 365, ktoré sú voľne dostupné pre školy.

Úloha pre žiakov:



Pozrite si stránku www.slovenskozalohuje.sk a vyhľadajte na nej reklamu, reklamné spoty a slogany slúžiace na propagáciu zálohového systému. Diskutujte spoločne o tom:

- pre koho je reklama zaujímavá,
- ktoré skupiny obyvateľov môže vhodne osloviť,
- ako reklama pôsobí na vás – aké z nej máte pocity, čím vás oslovila, čo by ste navrhovali zmeniť,
- prečo je dôležité propagovať zálohový systém medzi rôznymi cieľovými skupinami.

2. Hlavná časť (50 minút):

- Žiak analyzuje rôzne cieľové skupiny z hľadiska ich hodnôt, postojov, názorov, motivácií, kľúčových komunikačných nástrojov a pod.
- Žiak spracuje argumentačné nástroje na podporu pozitívneho vnímania zálohového systému/aktívnom zapojení sa do zálohového systému pre jednotlivé cieľové skupiny.
- Žiak pripraví návrh reklamného spotu/reklamy na podporu pozitívneho vnímania zálohového systému/aktívnom zapojení sa do zálohového systému pre vybranú cieľovú skupinu.

Úlohy pre žiakov



Vytvorte 4 – 5 členné skupiny. Z pripravených obálok si vyberte jednu. Nájdete v nej jednu cieľovú skupinu. Do zdieľaného súboru si napíšete vašu cieľovú skupinu a pokúste sa o nej zistiť čo najviac. Svoje zistenia si zapíšete v štruktúre:

- Aké hodnoty, záujmy a motivácie má táto skupina?
- Aké komunikačné kanály využíva (TV, sociálne siete, letáky, osobné stretnutia)?
- Aký typ argumentov by na túto skupinu najlepšie pôsobil (logické, emocionálne, praktické)?

Predstavte svoju cieľovú skupinu, zistenia o nej. Sústreďte sa na to, aby ste pomenovali východiskové body a vytvorili priestor na diskusiu o komunikačných kanáloch, cez ktoré skupina komunikuje, čo ju motivuje k aktivite a aj o typoch argumentoch, ktoré sú pre skupinu relevantné.

Pozn. pre učiteľa:

Cieľové skupiny môžu byť: študenti stredných a vysokých škôl, seniori nad 55 rokov, rodiny s deťmi, aktívni občania a ekologickí aktivisti. Môžete zvoliť aj iné cieľové skupiny, prípadne navrhované cieľové skupiny obmeniť.

Úloha pre žiakov



Po diskusii o svojej cieľovej skupine premyslite, ako by mohla vyzeráť reklama o zálohovom systéme pre Vašu cieľovú skupinu. Spracujte návrh, ktorý bude obsahovať:

- Zrozumiteľné informácie o zálohovom systéme.
- Prispôbenie štýlu a tónu cieľovej skupine.
- Pútavé prvky, ako napríklad slogan, výzva k akcii alebo vizuálne nápady.

Zamerajte sa na to, aby ste navrhli:

- Správny spôsob oslovenia cieľovej skupiny (výber formy, hlavnej postavy/postavičky, príbehu a pod.),
- Vhodný jazykový štýl (formálny, neformálny, vtipný, vecný...)
- Motivácia k zapojeniu sa.



Návrh prezentujte pred skupinou spolužiakov. Sústreďte sa na to, aby ste zrozumiteľne pomenovali, čo a ako plánujete zrealizovať.

Úloha pre žiakov – práca v skupinách kombinovaná v škole a doma



Pokračujte v práci v skupinách. Váš návrh pretavte do realizácie, využívajte dostupné online nástroje, napr. Canva, Adobe PRO, Powtoon alebo Animaker. Prácu začnete v škole a pokračovať budete doma. V prípade videí nezabudnite spracovať hlasové vstupy a vlastné videá, ktoré pripravíte a upravíte v niektorom zo strihacích programov.

Výsledok budete prezentovať na spoločnom stretnutí.

Úloha pre žiakov



Predstavte realizácie svojich reklám. Ostatní žiaci sledujte prezentácie a hodnotte navrhované výstupy podľa toho:

- Čo je na reklame o zálohovaní účinné?
- Čo by sa dalo vylepšiť z pohľadu zvyšovania informovanosti o zálohovom systéme?
- Zodpovedá vytvorená reklama cieľovej skupine?

3. Zhrnutie a záver (10 minút):

- Žiak zhodnotí výber jazykových prostriedkov a jazykového štýlu vo svojom reklamnom spote s ohľadom na vybranú cieľovú skupinu.
- Žiak reflektuje, ako môže ako jednotlivec prispieť k propagácii zálohového systému vo svojom okolí.

Reflexia



Zamyslite sa nad jednotlivými návrhmi reklám a zhodnoťte, aký výber jazykových prostriedkov a jazykový štýl ste vo svojom spote s ohľadom na vybranú cieľovú skupinu zvolili? Ktoré prostriedky sú totožné pre všetky alebo väčšinu spotov? Ktoré jazykové prostriedky sa javia efektívne pre vás, žiakov stredných škôl, ako vhodné z hľadiska propagácie zálohového systému a motivácie k zálohovaniu?

Zhrnutie



Aj vo vašom okolí môžu byť ľudia, ktorí nie sú presvedčení a motivovaní o zálohovaní. Ako by ste vedeli propagovať podľa cieľovej skupiny vo svojom okolí zálohový systém?