



Naslov: **Reklama - „Slatki grad Hrvatske“**

Autor scenarija poučavanja: Maja Vugrinec Lukavec

Predmet: Poduzetništvo u prehrambenoj industriji

Razred: 3.c

Nastavna tema: Marketing

Razina izvedbene složenosti: srednja

Ključni pojmovi: marketing, oglašavanje/reklama, elementi reklame, deklaracija proizvoda

Korelacije, interdisciplinarnost i međupredmetne teme: povijest, geografija, informatika, uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije, poduzetništvo, učiti kako učiti, osobni i socijalni razvoj

Ishodi učenja:

- Istražiti relevantne informacije za zadanu priču (A, B, D)
- Prepoznati i zabilježiti svrsi shodne informacije (A, B)
- Donijeti zaključak o važnosti oglašavanja (D)
- Izraditi inovativnu ambalažu i deklaraciju (C)
- Ispričati priču o svom proizvodu (E)

**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.** Upravljanje informacijama - Učenik samostalno traži nove informacije iz različitih izvora, transformira ih u novo znanje i uspješno primjenjuje pri rješavanju problema. (A, B, D)
- **uku A.4/5.3.** Kreativno mišljenje - Učenik kreativno djeluje u različitim područjima učenja. (C, E)
- **osr B.5.2.** - Suradnički uči i radi u timu (A,B,C,D,E)
- **osr C.5.2.** - Preuzima odgovornost za pridržavanje zakonskih propisa te društvenih pravila i normi. (B, C)
- **ikt A.5.2.** - Učenik se samostalno služi društvenim mrežama i računalnim oblacima za potrebe učenja i osobnoga razvoja. (A,B,C,D,E)
- **ikt C.5.3.** - Učenik samoinicijativno i samostalno kritički procjenjuje proces i rezultate pretraživanja te odabire potrebne informacije među pronađenim informacijama. (C, E)
- **pod B.5.2.** - Planira i upravlja aktivnostima. (A,B,C,D,E)

Vrednovanja:

- **za učenje:** (B,C,D)
- **kao učenje:** samovrednovanje (C, E)

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

Polazno problemsko pitanje:

Kako izraditi reklamu koja će privući potrošače?

Zašto je važna reklama? Što je bitno za izradu “privlačne/provokativne” reklame? Koji su elementi potrebni za dobru reklamu? Utječe li dobra reklama na kupnju našeg proizvoda? Kome se obraćamo našom reklamom? Ova i još mnogobrojna slična pitanja uvode nas u svijet oglašavanja. Istražit će se različiti načini oglašavanja proizvoda, kako bi se uvidjele mogućnosti reklamiranja novog proizvoda na tržištu i pomoću inovativne reklame privuklo što veći broj potrošača. Izraditi ćemo vlastitu reklamu kako bi doživjeli iskustvo oglašavanja i uočili potrebne aktivnosti kojima ćemo zainteresirati naše potrošače.

.....

Opis aktivnosti:

Uvod

Zamislite da ste mikro poduzetnici koji izrađuju unikatne desertne čokolade s temom Hrvatska i njeni gradovi. Novi ste na tržištu i još uvijek niste oglasili svoj proizvod što vam otežava financijsku situaciju. Svjesni ste da izrađujete unikatne proizvode, te da se s obzirom na proizvod morate orijentirati na specifično tržište.

A Gradom do promocije

Rasporedite učenike u timove po četiri člana. Svaki tim neka odabere jedan grad Hrvatske koji će ujedno biti tema njihove unikatne desertne čokolade. Članovi pojedinog tima na internetu istražuju zanimljivosti odabranog grada (povijest grada, poznati dvorac, jezero, šuma, park, povijesne ličnosti grada, specifičnosti grada i sl.).

Učenici će svoja istraživanja i informacije voditi kroz Padlet ili bilo koji drugi oblik zajedničkog dokumenta, a svakodnevno razmjenjivati informacije preko WhatsApp grupe. Učenici se unutar tima dogovaraju oko podjele zadataka, pa tako jedan član tima istražuje povijest grada, drugi član tradiciju grada, treći član znamenitosti itd. Svi članovi tima svoja saznanja nakon istraživanja dijele s ostalim članovima tima u obliku teksta, fotografija, postavljanja poveznica na web lokacije koje će koristiti u daljnjem radu <https://padlet.com/vugrinecm/cztcmtwsr54tw2>



Osim članova tima, nastavnik je također uključen i ima uvid u radove pojedinih timova.

U bilješkama aktivnosti koje provode svi članovi tima, potrebno je evidentirati podatke:

- Odabrani grad
- Povijest grada
- Grad danas
- Specifičnosti grada (muzej, dvorac, park, jezero, poznate povjesne ličnosti...)
- Turistička zajednica grada

- Suvenirnice u gradu
- Specijalizirane trgovine u gradu
- Održavanje sajмова i manifestacija u gradu
- Turističke lokacije grada
- Sve druge zanimljivosti grada

Glavni zadatci ove aktivnosti su:

- odabrati 1 grad Hrvatske i istražiti znamenitosti, povijest, specifičnosti samog grada
- prikupiti podatke o važnim datumima kada se održavaju sajmovi, dani grada i ostale manifestacije u gradu
- prikupiti podatke o lokacijama, te brojevima za kontakt suvenirnica, specijaliziranih trgovina, turističkih zajednica, kafića
- odlučiti se za određenu specifičnost grada koju ćete ukomponirati u ambalažu unikatne desertne čokolade odabranog grada
- donijeti zaključke o:
 - prepoznatljivosti odabranog grada
 - poznatim turističkim lokacijama
 - brzom načinu predstavljanja na sajmovima, manifestacijama i sl.

B Koji smo grad odabrali?

Nakon prikupljanja podataka o gradu članovi tima odabiru specifičnost grada i način kojim će odabranu specifičnost ukomponirati u ambalažu unikatne desertne čokolade grada (npr. na ambalaži će se nalaziti slika poznate ličnosti grada). Članovi tima prije izrade “šablone” ambalaže za desertnu unikat čokoladu istražuju sljedeće:

- Pravilnik o temeljnim zahtjevima za kakao-proizvode, proizvode slične čokoladi, krem-proizvode i bombonske proizvode čl. 6 – Deklaracija proizvoda (https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1996_10_90_1593.html)
- Pravilnik o ambalaži i otpadnoj ambalaži https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_08_88_1735.html
- Vrstu ambalaže koja je financijski i zdravstveno prihvatljiva za proizvod
- Ambalažu sličnih proizvoda konkurencije

C Ambalaža slatkog grada

Nakon istraživanja tim se dogovara i odabire vrstu ambalaže koju će koristiti za svoj proizvod (karton, papir u boji, folija u boji i sl.), te analizira navedeni pravilnik i odlučuju o programu pomoću kojeg će izraditi naljepnicu s deklaracijom za njihovu ambalažu. Također prije osmišljavanja ambalaže, članovi tima uspoređuju ambalažu sličnih proizvoda koji se nalaze na tržištu i diskutiraju koje su prednosti, a koji nedostaci pojedine ambalaže. Koji su

privlačni elementi na pojedinoj ambalaži i razmišljaju kako osmisliti ambalažu koja će biti atraktivna potrošačima.

Sljedeći korak nakon dogovora, odabira i analize;

- izradite šablonu ambalaže od odabranog materijala
- korištenjem programa za izradu naljepnice/etikete izradite kreativnu naljepnicu koja će sadržavati jednu ili više specifičnosti grada i podatke za deklaraciju proizvoda

<https://www.download-programi.tehnomagazin.com/Programi-za-izradu-naljepnica-besplatni.htm>

Navedite elemente koji vašu ambalažu čine atraktivnijom, zanimljivijom, privlačnijom, inovativnijom od ambalaža sličnih proizvoda (boja, izgled/materijal ambalaže, priča koja sljedi ambalažu, zanimljivosti grada na ambalaži i sl.). Odnosno, ispunite SWOT analizu za vašu ambalažu.

S – Snaga <ul style="list-style-type: none">• Što radite dobro?• Koje su jake strane vaše ambalaže?• Koje su prednosti vase ambalaže u odnosu na konkurenciju?• Imate li troškovne prednosti u izradi ambalaže nad ostalima?	W – Slabosti <ul style="list-style-type: none">• Koji su nedostaci vase ambalaže?• Što možete popraviti?• Što radite loše?• Nedostaju li vam ključne kompetencije?
O – Prilike <ul style="list-style-type: none">• Očekuje li se dolazak nove tehnologije?• Očekuju li se nove zakonske promjene?• Postoji li inovativniji način izrade ambalaže?	T – Prijetnje <ul style="list-style-type: none">• Što nudi konkurencija?• Je li konkurencija inovativnija?• Mjenjaju li se navike turista?

D Reklama grada prodaje proizvod

Prije izrade vlastite reklame učenici će istražiti važnost promocije proizvoda i osnovne elemente koje reklama sadrži kako bi privukla potrošače. Također će proučiti pozitivna i negativna obilježja reklama.

https://hrcak.srce.hr/search/?stype=2&c%5B0%5D=article_keywords&r=10&t%5B0%5D=reklame

<https://www.medijskapismenost.hr/oglasavanje/>

<http://dkmk.hr/wp-content/uploads/2016/01/%C4%8Carobni-varljivi-svijet-reklama.pdf>

Prije dogovora o izradi vlastite reklame učenici rješavaju kviz :

<https://quizizz.com/admin/quiz/604744dc4a1f2a001b0cd674>

Svaki član tima istražuje određenu vrstu promocije za čokoladne proizvode, te svoje aktivnosti vodi kroz Padlet ili bilo koji oblik zajedničkog dokumenta.

- Istražiti reklame čokoladnih proizvoda na društvenim mrežama
- Pronaći reklame čokoladnih proizvoda na YouTube ili TV kanalu
- Pronaći reklame čokoladnih proizvoda
- Osmisliti “poruku” za potrošače koju će te koristiti u reklamama

Nakon istraživanja učenici analiziraju reklame i iznose njihove prednosti i nedostatke. Donose odluku o njihovoj zajedničkoj reklamama koju će izraditi.

E Stigla je nova reklama u grad

Timovi učenika izrađuju video materijal korištenjem glazbe, slika, boje, teksta i drugih video materijala u kojoj na inovativan način prikazuju svoj proizvod „Slatki grad“. U reklamama na svoj način predstavljaju grad, priču, desertnu čokoladu, svoju ambalažu i poruku za potrošače korištenjem web alata za izradu video materijala <https://animoto.com/>

Timovi prezentiraju svoj proizvod ostalim učenicima u razredu na način da ukratko ispričaju zanimljivu priču o svojem proizvodu i poteškoćama s kojim su se susreli pri izradi ambalaže, deklaracije i reklame. Prikazuju svoju ambalažu i deklaraciju za proizvod, te puštaju kratki video materijal o oglašavanju njihovog proizvoda. Nakon prezentacije pojedinih timova ostali učenici i nastavnik postavlja pitanja članovima tima i ispunjavaju anketu:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdzP24Sa6VAEO0QFn9hmIYj4RZMK AeBtDCRks-1-imNo2N1fw/viewform>

Dodatna literatura, sadržaj i poveznice:

<https://www.infozagreb.hr/>
<https://visitsplit.com/>
<https://repozitorij.unin.hr/islandora/object/unin%3A1348/datastream/PDF/view>
<http://zunal.com/webquest.php?w=74964>
<https://www.eucionica.com/integr%D0%B0cij%D0%B0-internet%D0%B0-u-n%D0%B0st%D0%B0vi-webquest/>
<https://mojadigitalnaakademija.com/kako-kreirati-youtube-kanal/>

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 teškoćama**), a učenicima osigurajte **dovoljno vremena za rješavanje**. Učenike s teškoćama ne bi trebalo vremenski ograničavati u radu.

Darovitim učenicima kojima je potrebno manje vremena za rješavanje zadataka postavlja se dodatni izazov. Učenici osim video materijala izrađuju i poster/plakat/reklamne brošure za svoj proizvod.

<https://www.canva.com/create/posters/>
<https://templates.office.com/hr-hr/bro%C5%A1ure>
<https://vidi-vishe.com/designcap-izrada-plakata-letaka/>

Evaluacija

Rubrika vrednovanja: Kako izraditi reklamu koja će privući potrošače?					
Kategorija	Odlično (5)	Vrlo dobro (4)	Dobro (3)	Nezadovoljavajuće (0)	Bodovi
Istraživanje i podatci Aktivnost: A, B, D	Istraživanje i podatci su temeljeni na vjerodostojnim izvorima, iz stručnih časopisa i interneta Podatci istraživanja dali su bitne informacije o gradu koje učenici mogu iskoristiti za svoj proizvod. Učenici su detaljno proučili navedene pravilnike, te iskoristili informacije za kreaciju ambalaže i deklaracije.	Istraživanje i podatci su temeljeni iz vjerodostojnih izvora. Istraživanjem su došli do potrebnih podataka koje su koristili u naknadnim aktivnostima.	Istraživanje i podatci nisu u potpunosti obuhvatili informacije koje su bile potrebne za provođenje daljnjih aktivnosti. Podatci su predstavljali uglavnom ispravne činjenice, pa je tako i konačan proizvod (ambalaža, deklaracija, reklama) bio djelomično odrađen.	Istraživanje i podatci nisu utemeljeni na vjerodostojnim podacima. Podatci su netočni ili nevažni; te je reklama, ambalaža, deklaracija neprihvatljiva s obzirom na tržišna pravila.	

Potpunost zadatka Aktivnost: C (SWOT analiza kviz)	Podatci su jasni i razumljivi. Osim traženih podataka navedene su dodatne činjenice koje su važne za izradu ambalaže, te je kviz točno riješen.	Svi traženi podatci iz aktivnosti C ispunjeni su u potpunosti. Nisu navedene dodatne činjenice i kviz nije u potpunosti točno riješen.	Nije u potpunosti ispunjena SWOT analiza, a u kvizu ima nekoliko netočnih odgovora.	SWOT analiza sadrži informacije koje nisu povezane s zadatkom, a kviz nije riješen ili je netočno riješen.	
Rad u timu	Radno opterećenje podijeljeno je na jednake dijelove i podijeljeno u dogovoru svih članova tima. Članovi su profesionalno surađivali slušajući ideje i uvažavajući jedni druge.	Radno opterećenje podijeljeno je na jednake dijelove. Članovi su obično surađivali profesionalno, ponekad se nadopunjavajući.	Članovi tima ponekad su trebali pomoć s raspoređivanjem radnih zadataka. Jedan član tima uložio je puno više vremena od drugih. Neke nesuglasice nisu riješene.	Nema suradnje s članovima tima. Jedan član tima odradio je većinu posla, odnosno posao koji nije završen zbog nesuglasica.	
Prezentacija	Svi članovi tima predstavili su svoju „priču“/reklamu; svaki učenik odgovara na postavljena pitanja od strane učenika i nastavnika. Učenici i jasno govore, koristeći primjeren komunikacijski stil i pravogovor kako bi temeljito predstavili informacije i mogli odgovoriti na pitanja.	Svi članovi tima predstavljaju svoju reklamu; govoreći jednako vrijeme. Učenici većinu vremena govore jasno; koristeći odgovarajuću gramatiku i jezik za predstavljanje istraživanja. Znaju odgovoriti na većinu postavljenih pitanja.	Jedan član tima većinu predstavljanja provodi sam. Video materijal ponekad nije jasan ili se koristi neprikladan jezik/gramatika. Na neka pitanja članovi tima ne znaju odgovoriti kada ih postavlja nastavnik ili razred.	Jedan član tima predstavlja priču o proizvodu. Video materijal nije povezan s temom. Član tima ne zna odgovoriti na pitanja koja postavlja razred.	
Ukupno					