

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

*Πρόγραμμα Καλλιέργειας Δεξιοτήτων
Πράξη: «Επιμόρφωση των εκπαιδευτικών στις δεξιότητες
μέσω εργαστηρίων» (MIS 5092064)*



ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ 2014-2020» που συγχρηματοδοτείται από την Ελλάδα και
την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο)



Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

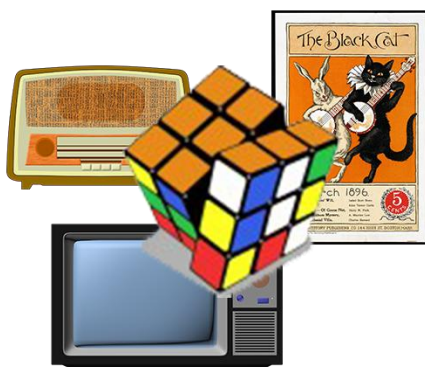


ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΩ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩ –
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΣΚΕΨΗ & ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ

2. Επιχειρηματικότητα – Αγωγή Σταδιοδρομίας –
Γνωριμία με επαγγέλματα

Δημιουργία Διαφήμισης (ραδιοφωνικής, τηλεοπτικής & αφίσας)



Ματζίρης Χρήστος



Φιλοσοφία –Σκοπιμότητα προγράμματος

Το εργαστήριο δεξιοτήτων «Δημιουργία Διαφήμισης (ραδιοφωνικής, τηλεοπτικής & αφίσας)» παρέχει στους μαθητές ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα γνωριμίας, εξοικείωσης και δημιουργίας διαφημίσεων σε πολλές μορφές. Ως διαφήμιση ορίζεται «η προσπάθεια πειθούς των ανθρώπων να αγοράσουν προϊόντα ή υπηρεσίες» (Cambridge dictionary, n.d.). «*Η διαφήμιση ως διαδικασία βασίζεται στην μεταφορά πληροφοριών από τον πομπό (επιχείρηση) στον δέκτη (υποψήφιος καταναλωτής).*» (Κοκκίνης, 2014, σελ. 9).

Μέσα από αυτό το εργαστήριο δεξιοτήτων γίνεται γνωριμία με τον κόσμο της διαφήμισης, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της και τις μορφές της. Ιδιαίτερη όμως έμφαση δίνεται στη δημιουργία διαφημιστικού υλικού με διάφορους τρόπους. Οι μαθητές μαθαίνουν τις βασικές αρχές σχεδιασμού και υλοποίησης αφίσας (εικόνα), ραδιοφωνικής διαφήμισης (ήχος) και τηλεοπτικής διαφήμισης (εικόνα και ήχος) και δημιουργούν το δικό τους διαφημιστικό υλικό. Βασικές παράμετροι στο σχεδιασμό της διαφήμισης είναι ο περιορισμένος διαθέσιμος χρόνος (στην τηλεοπτική και ραδιοφωνική διαφήμιση) καθώς και ο διαθέσιμος χώρος σε μία αφίσα ή σε κάποιο περιοδικό.

Αρχικά, παρουσιάζεται ο ορισμός και τα βασικά χαρακτηριστικά όλων των τύπων διαφημίσεων. Στη συνέχεια, οι μαθητές σε συνεργασία με τον εκπαιδευτικό της τάξης επιλέγουν το προϊόν ή την υπηρεσία που πρόκειται να διαφημίσουν. Αυτό θα μπορούσε να είναι μία θεατρική παράσταση, μία συναυλία, μία φιλανθρωπική εκδήλωση ή οποιοδήποτε φανταστικό ή πραγματικό προϊόν. Θα μπορούσε επίσης να σχεδιαστεί ένα λογότυπο, έτσι ώστε να τονιστεί η ιδιαιτερότητα του προϊόντος και να διευκολυνθεί η επικοινωνία με τον καταναλωτή (Κοκκίνης, 2014). Πριν το σχεδιασμό και την υλοποίηση της δράσης θα πρέπει να γίνει αναφορά στον [Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης και Επικοινωνίας](#). Απώτερος σκοπός της διαφήμισης είναι η προσέλκυση του κοινού έτσι ώστε να αγοράσει το διαφημιζόμενο προϊόν ή υπηρεσία. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιούνται διάφορες τεχνικές, ανάλογα με το είδος της διαφήμισης:



- Στην αφίσσα θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στην αναλογία, στα χρώματα, στην αρμονία σχημάτων και γραμμάτων, στην πρωτοτυπία και στην απλότητα (Μάρκου, 2013)

- Στην ραδιοφωνική διαφήμιση θα πρέπει να δοθεί έμφαση στη σωστή αξιοποίηση του περιορισμένου χρόνου της διαφήμισης. Επιπλέον η ραδιοφωνική διαφήμιση θα πρέπει να έχει περιεχόμενο με νόημα, να εγείρει συναισθήματα, να υπάρχει αναγνώριση από τον ακροατή (πχ μέσω μίας μοναδικής μουσικής) και να ταιριάζει με τις προσδοκίες του (Γκουσιάκη, 2006)

- Στην τηλεοπτική διαφήμιση θα πρέπει να αξιοποιηθεί τόσο η εικόνα, όσο και ο ήχος προκειμένου να προκληθεί το ενδιαφέρον του τηλεθεατή. Η σωστή χρήση συγκινησιακών στοιχείων, στερεοτύπων, σλόγκαν, μουσικής, χιούμορ και δράσης θα πρέπει να συνδυαστούν έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα άρτιο αποτέλεσμα. Εναλλακτικά ή συμπληρωματικά θα μπορούσε να γίνει δραματοποίηση της διαφήμισης.

Σκοπός του παρόντος εργαστηρίου είναι η καλλιέργεια της αυτοέκφρασης, της αυτοεκτίμησης, της συνεργασίας και της κριτικής σκέψης στους μαθητές, οι οποίοι μιλούν στα μυστικά των διαφημίσεων και εκφράζονται δημιουργικά μέσα από τις τέχνες. Οι μαθητές επινοούν το δικό τους φανταστικό προϊόν ή την υπηρεσία και το προωθούν δημιουργώντας τη δική τους διαφημιστική καμπάνια. Έτσι καλλιεργείται η φαντασία, η επιχειρηματικότητα και η παραγωγική μάθηση μέσω των τεχνών και της δημιουργικότητας.

Το εργαστήριο καλλιέργειας δεξιοτήτων «Δημιουργία Διαφήμισης» προορίζεται για όλες τις τάξεις του Δημοτικού δίνοντας τη δυνατότητα στον εκπαιδευτικό να προσαρμόσει τη διδασκαλία και την υλοποίηση των δράσεων ανάλογα με την ηλικία, τα ενδιαφέροντα και το γνωστικό επίπεδο των μαθητών. Θα μπορούσε μάλιστα, με τις κατάλληλες προσαρμογές να υλοποιηθεί και σε όλες τις τάξεις του Γυμνασίου.

Στην υλοποίηση της εφαρμογής του παρόντος εργαστηρίου μπορούν να συμμετέχουν οι εκπαιδευτικοί όλων των ειδικοτήτων. Ενδεικτικά αναφέρονται:



- Οι δάσκαλοι, οι οποίοι μπορούν να βοηθήσουν στον εντοπισμό των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων μιας διαφήμισης και στην εύρεση θέματος από τους μαθητές

- Οι εκπαιδευτικοί μουσικής, οι οποίοι θα εμπνεύσουν τους μαθητές έτσι ώστε να δημιουργήσουν ή να επιλέξουν μουσική και ήχους για τις διαφημίσεις τους

- Οι εκπαιδευτικοί εικαστικών, οι οποίοι θα εισάγουν τους μαθητές στο μαγικό κόσμο της αφίσας και της εικόνας και θα προσδιορίσουν τα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχουν οι διαφημίσεις τους έτσι ώστε να είναι ελκυστικές

- Οι εκπαιδευτικοί Θεατρικής Αγωγής, οι οποίοι θα μπορούσαν να συμμετέχουν στην τηλεοπτική και ραδιοφωνική διαφήμιση βοηθώντας τους μαθητές στη δημιουργία του σεναρίου, της σκηνοθεσίας και στη σωστή εκφορά του λόγου.

- Οι εκπαιδευτικοί πληροφορικής, οι οποίοι θα μπορούσαν να συμβάλλουν στη δημιουργία ηλεκτρονικής αφίσας, βίντεο ή ραδιοφωνικής διαφήμισης.

Η παραγωγή μίας τηλεοπτικής διαφήμισης αναδεικνύει την προσωπική αξία και τη δημιουργική συνεργασία, καλλιεργεί τη εργαστηριακή, τη συνεργατική, την ευρετική και την ανακαλυπτική μάθηση και στοχεύει στην αισθητική καλλιέργεια και απόλαυση των μαθητών μέσα από την ανάπτυξη της ικανότητας έκφρασης και δημιουργίας (ΙΕΠ, 2021).

Τέλος, επισημαίνεται ότι η επιλογή των διαφημίσεων που θα παρουσιαστούν στους μαθητές καθώς και η επιλογή του προϊόντος που θα επιλέξουν για να διαφημίσουν θα πρέπει να γίνει με μεγάλη προσοχή, αποφεύγοντας ακατάλληλα προϊόντα (πχ τσιγάρα). Προτείνεται να επιλεγούν φανταστικά ή παλιά προϊόντα που δεν κυκλοφορούν.



Πληροφορίες υλοποίησης: προαπαιτούμενες γνώσεις, προετοιμασία υλικού

Οι βασικοί πυλώνες και οι προαπαιτούμενες γνώσεις που θα πρέπει να έχει ο εκπαιδευτικός προκειμένου να πραγματοποιηθεί το εργαστήριο είναι οι εξής:

- Θα πρέπει να έχει μελετήσει τις βασικές αρχές της διαφήμισης (πχ το βιβλίο της Β΄ τάξης ΕΠΑΛ [«Εισαγωγή στη Διαφήμιση»](#))

- Θα πρέπει να έχει μελετήσει τις επιμέρους αναφορές που υπάρχουν στα βιβλία Μουσικής και Εικαστικών και αναφέρονται στη διαφήμιση (δείτε [εδώ](#) κι [εδώ](#))

- Θα πρέπει να γνωρίζει τις βασικές αρχές δημιουργίας μιας διαφημιστικής αφίσας

- Θα πρέπει να γνωρίζει τις βασικές αρχές δημιουργίας μιας ραδιοφωνικής διαφήμισης

- Θα πρέπει να γνωρίζει τις βασικές αρχές δημιουργίας μιας τηλεοπτικής διαφήμισης.

Επίσης προτείνονται εναλλακτικές δράσεις αξιοποίησης των ΤΠΕ στη δημιουργία των παραπάνω ειδών διαφήμισης, θα πρέπει όμως να υπάρχει κατάλληλο εργαστήριο Η/Υ και ο εκπαιδευτικός να είναι εξοικειωμένος με αντίστοιχα λογισμικά δημιουργίας αφισών, podcast και βίντεο.

Η προετοιμασία του υλικού ποικίλλει ανάλογα με την τάξη για την οποία προορίζεται το εργαστήριο και συνοψίζεται στα παρακάτω:

- Εντοπισμός και οργάνωση των βασικών αρχών και ειδών διαφήμισης
- Εντοπισμός κατάλληλων διαφημίσεων παντός τύπου (αφίσες, ραδιοφωνικές, τηλεοπτικές) και χαρακτηριστικών τους προκειμένου να χρησιμοποιηθούν σε φύλλα εργασίας για τους μαθητές. Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην καταλληλότητα των διαφημίσεων.

- Εξοικείωση με τα αντίστοιχα λογισμικά δημιουργίας αφισών, ήχου και βίντεο.

Η χρήση Η/Υ με projector και ηχεία στο εργαστήριο θα ήταν πολύ χρήσιμη, όχι όμως απαραίτητη. Επίσης θα μπορούσε να αξιοποιηθεί το εργαστήριο Η/Υ για τη δημιουργία ψηφιακών διαφημίσεων από τους μαθητές.



Περιγραφή επτά Εργαστηρίων: Στοχοθεσία των εργαστηρίων, προτεινόμενες δράσεις και υλικό αφόρμησης, επέκτασης, γενίκευσης. Κάθε εργαστήριο θα αναπτύσσεται σε ένα φύλλο Α4 με βάση τη ρουμπρίκα του Παραρτήματος (1 σελίδα ανά εργαστήριο = 7 σελίδες)


ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

ΣΧΟΛΕΙΟ		ΤΜΗΜΑ.....	ΣΧΟΛ. ΕΤΟΣ:
Θεματική	4. Δημιουργώ και καινοτομώ	Υποθεματική	Επιχειρώ
ΒΑΘΜΙΔΑ/ΤΑΞΕΙΣ (που προτείνονται)	Α-ΣΤ Δημοτικού		
Τίτλος	Δημιουργία Διαφήμισης (ραδιοφωνικής, τηλεοπτικής & αφίσας)		
Δεξιότητες στόχευσης του εργαστηρίου	Δεξιότητες μάθησης (4cs -(Κριτική σκέψη, Επικοινωνία Συνεργασία, Δημιουργικότητα) Δεξιότητες της τεχνολογίας και της επιστήμης Παραγωγική μάθηση μέσω των τεχνών και της δημιουργικότητας		
Σύνδεση με τη Βασική Θεματική	Επιχειρηματικότητα		




Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα	Εργαστήριο/τίτλος	Δραστηριότητες – (ενδεικτικές)
<p>Στο τέλος του εργαστηρίου, οι μαθητές θα πρέπει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Να έχουν κατανοήσει τον ορισμό της διαφήμισης - Να κατανοήσουν τα είδη της διαφήμισης και τις τεχνικές τους - Να κατανοήσουν τους στόχους του εργαστηρίου - Να συγκρίνουν επιμέρους χαρακτηριστικά στις διαφημίσεις - Να ταξινομήσουν τις διαφημίσεις ανάλογα με το είδος τους 	<div style="text-align: center;">  <p>Ορισμός της διαφήμισης / Παρουσίαση του σκοπού του εργαστηρίου (1-3 διδακτικές ώρες)</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> - Δίνεται ο ορισμός της διαφήμισης και εξηγείται στους μαθητές ο σκοπός του παρόντος εργαστηρίου (δημιουργία αφίσας, ραδιοφωνικής και τηλεοπτικής διαφήμισης) <ul style="list-style-type: none"> - Ο εκπαιδευτικός βρίσκει παλιές διαφημιστικές αφίσες (πχ. από εδώ), ραδιοφωνικές (πχ από εδώ κι εδώ) και τηλεοπτικές (πχ από εδώ κι εδώ) διαφημίσεις, τις δείχνει στους μαθητές και τους καλεί να απαντήσουν στα παρακάτω ερωτήματα (Για τις μεγάλες τάξεις δίνεται το Φύλλο Εργασίας 1, για τις μικρές γίνεται συζήτηση): <ul style="list-style-type: none"> ο Ποιο προϊόν διαφημίζεται; ο Σε ποιους απευθύνεται η διαφήμιση; ο Ποιους τρόπους χρησιμοποιεί η διαφήμιση για να δείξει το προϊόν; ο Ποιο είναι το σλόγκαν και το λογότυπο της διαφήμισης (αν υπάρχει); ο Υπάρχει μουσική; Τι είδους; - Επαναλαμβάνεται η προηγούμενη δραστηριότητα με άλλες διαφημίσεις <ul style="list-style-type: none"> - Ο εκπαιδευτικός δείχνει διαφημίσεις και ζητά από τους μαθητές να τις ταξινομήσουν ανάλογα με τους στόχους που έχει η καθεμιά: την πληροφόρηση, την πειθώ ή την υπενθύμιση (Κοκκίνης, 2014, σελ. 37, Φύλλο εργασίας 2). Συζητά με τους μαθητές τον τρόπο με τον οποίο επιτυγχάνονται αυτοί οι στόχοι. <ul style="list-style-type: none"> - Γίνεται επίδειξη παλιών και νέων διαφημίσεων και επισημαίνονται οι διαφορές τους από τους μαθητές - Γίνεται αναφορά στον Ελληνικό Κώδικα διαφήμισης και επικοινωνίας και παρουσιάζονται οι βασικές αρχές του.




Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα	Εργαστήριο/τίτλος	Δραστηριότητες – (ενδεικτικές)
<p>Στο τέλος του εργαστηρίου, οι μαθητές θα πρέπει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Να γνωρίζουν τα χαρακτηριστικά της διαδικτυακής διαφήμισης - Να γνωρίζουν τα είδη της διαφήμισης - Να γνωρίζουν τις βασικές τεχνικές της διαφήμισης - Να γνωρίζουν το jingle και τα χαρακτηριστικά του - Να μπορούν να δημιουργήσουν τα δικά τους jingles - Να μπορούν να ξεχωρίζουν το είδος και τα επιμέρους χαρακτηριστικά μιας διαφήμισης 	<div style="text-align: center;">  <p>Τα είδη της διαφήμισης και οι τεχνικές της (1-3 διδακτικές ώρες)</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> - Γίνεται αναφορά στη διαδικτυακή διαφήμιση και τα χαρακτηριστικά της (Κοκκίνης, 2014, σελ. 73) - Γίνεται παρουσίαση των βασικών ειδών διαφήμισης που πρόκειται να δημιουργήσουμε: την αφίσα (σε περιοδικό, σε εφημερίδα ή σε υπαίθρια μέσα), τη ραδιοφωνική και την τηλεοπτική - Ο εκπαιδευτικός παρουσιάζει βασικές τεχνικές της διαφήμισης, δείχνει στους μαθητές αντίστοιχες διαφημίσεις και ζητά από τους μαθητές να εντοπίσουν ποιες από τις παρακάτω δημιουργικές τεχνικές χρησιμοποιούνται (Κοκκίνης, 2014, σελ. 41): απλή παροχή πληροφοριών, κύρος (πχ. επιτυχημένος), χιούμορ, φόβος, στιγμιότυπο ικανοποίησης από το χρήστη, συστάσεις - Η παραπάνω δραστηριότητα θα μπορούσε να γίνει και σε φύλλο εργασίας - Δίνεται ο ορισμός του jingle: «σλόγκαν που μένει στο μυαλό και μπαίνει πάνω σε μια δεδομένη μελωδία για διαφημιστικούς σκοπούς» (Βιβλίο Μουσικής Γ΄ Γυμνασίου). Ο εκπαιδευτικός παρουσιάζει διαφημίσεις με jingles και ζητεί από τους μαθητές να βρουν τα βασικά χαρακτηριστικά τους - Οι μαθητές δημιουργούν τα δικά τους jingles με την προσθήκη οργάνων - Προβάλλονται διαφημίσεις και γίνεται εντοπισμός όλων των στοιχείων τους (του προϊόντος που διαφημίζεται, του σκοπού, του σλόγκαν και των τεχνικών που χρησιμοποιούνται – Φύλλο εργασίας 3) - Προσκαλείται κάποιος επαγγελματίας του χώρου της διαφήμισης και παρουσιάζει στους μαθητές τις βασικές αρχές της διαφήμισης




Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα	Εργαστήριο/τίτλος	Δραστηριότητες – (ενδεικτικές)
<p>Στο τέλος του εργαστηρίου, οι μαθητές θα πρέπει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Να γνωρίζουν τα είδη και τις υπηρεσίες στις οποίες μπορεί να γίνει διαφήμιση - Να καλλιεργήσουν τη φαντασία και την αυτενέργειά τους ανακαλύπτοντας ένα νέο προϊόν ή μία υπηρεσία - Να σχεδιάζουν ένα προϊόν ή μία υπηρεσία λαμβάνοντας υπόψη τεχνικές και χαρακτηριστικά που διδάχθηκαν στο προηγούμενο εργαστήριο - Να βελτιώσουν την ικανότητα παρουσίασης των δημιουργημάτων τους 	<div style="text-align: center;">  <p>Δημιουργία προϊόντος ή υπηρεσίας για διαφήμιση (1-3 διδακτικές ώρες)</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> - Ο εκπαιδευτικός παρουσιάζει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θα μπορούσαν να διαφημιστούν. Ενδεικτικά αναφέρονται: <ul style="list-style-type: none"> ○ Θεατρικές παραστάσεις, ταινίες, συναυλίες ○ Ταξιδιωτικά γραφεία, αεροπορικές εταιρίες ○ Εστιατόρια, καφετέριες ○ Τρόφιμα (γαλακτοκομικά, αλλαντικά κτλ) ○ Ηλεκτρικές συσκευές ○ Περιβαλλοντικά θέματα (μόλυνση περιβάλλοντος, ρύπανση θαλασσών κτλ) <p>Παρουσιάζονται στους μαθητές διάφορες ιδέες από το διαδίκτυο, από έτοιμη παρουσίαση του εκπαιδευτικού ή από τα διδακτικά βιβλία (πχ Βιβλίο Εικαστικών Ε & ΣΤ Δημοτικού).</p> <p>Συνίσταται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που θα επιλεγούν να είναι φανταστικά. Θα μπορούσε επίσης να υπάρχει μία θεματική (πχ οικολογικά προϊόντα, περιβαλλοντική συνείδηση) πάνω στην οποία οι μαθητές θα οικοδομήσουν τις διαφημίσεις τους.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Οι μαθητές χωρίζονται σε ομάδες των 4-5 μαθητών και αποφασίζουν ποιο προϊόν ή υπηρεσία θα διαφημίσουν. - Γίνεται σχεδιασμός και περιγραφή όλων των χαρακτηριστικών του προϊόντος ή της υπηρεσίας. <ul style="list-style-type: none"> ○ Αν πρόκειται για προϊόν προσδιορίζεται το όνομα (φανταστικό), το λογότυπο, η συσκευασία και άλλα στοιχεία (πχ αν πρόκειται για γάλα γίνεται αποσαφήνιση για το είδος του – αγελαδινό ή κατσικίσιο – την περιεκτικότητά του σε λιπαρά, την προέλευσή του κτλ.) ○ αν πρόκειται για θεατρική παράσταση προσδιορίζεται ο τίτλος της, το σενάριο, ο σκηνοθέτης, οι πρωταγωνιστές, το θέατρο και οι ημέρες και ώρες της παράστασης, βλ. Φύλλο εργασίας 4) - Γίνεται παρουσίαση στην τάξη των τελικών προϊόντων ή υπηρεσιών




Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα	Εργαστήριο/τίτλος	Δραστηριότητες – (ενδεικτικές)
<p>Στο τέλος του εργαστηρίου, οι μαθητές θα πρέπει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Να εξοικειωθούν με τα διάφορα είδη διαφημιστικών αφισών - Να μπορούν να διακρίνουν τα χαρακτηριστικά μίας διαφημιστικής αφίσας - Να έχουν δημιουργήσει τη δική τους αφίσα (είτε στον Η/Υ είτε σε φυσικά μέσα) - Να βελτιώσουν την ικανότητα παρουσίασης των δημιουργημάτων τους 	<div style="text-align: center;">  <p>Δημιουργία διαφημιστικής αφίσας (1-3 διδακτικές ώρες)</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> - Γίνεται επίδειξη διαφημιστικών εντύπων διαφόρων ειδών (κάρτες, αφίσες εξωτερικού χώρου, διαφημίσεις σε περιοδικά και εφημερίδες). Οι μαθητές χωρίζονται σε ομάδες και εντοπίζουν τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: <ul style="list-style-type: none"> ○ Τον βασικό τίτλο ○ Τη βασική εικόνα ○ Το όφελος που θα έχει από την αγορά ○ Το μοναδικό πλεονέκτημα ○ Την προτροπή για δράση (αγορά) - Ζητείται από τους μαθητές να δημιουργήσουν τη δική τους αφίσα για το προϊόν ή την υπηρεσία που έχουν επιλέξει. Αυτό μπορεί να γίνει με τους εξής τρόπους: <ul style="list-style-type: none"> ○ Στην αίθουσα Η/Υ με τη χρήση ενός προγράμματος δημιουργίας poster (πχ https://www.postermywall.com, (δείτε μία ενδεικτική αφίσα εδώ) https://venngage.com/, https://www.canva.com/, https://www.adobe.com/express/) ○ Με χρήση φυσικών υλικών (μπλοκ ζωγραφικής, μπογιές, χάρακες κτλ.). Θα μπορούσαν να δοθούν χαρτόνια κανσόν. - Καθώς οι ομάδες είναι 4-5 ατόμων, θα μπορούσε η κάθε ομάδα να χωριστεί σε υποομάδες η καθεμιά από τις οποίες θα αναλάβανε μία διαφορετική αφίσα (πχ. η πρώτη υποομάδα τη δημιουργία αφίσας εξωτερικού χώρου και η 2^η τη διαφήμιση σε περιοδικό ή εφημερίδα) - Γίνεται παρουσίαση των εργασιών των μαθητών και προστίθενται στο portfolio τους




Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα	Εργαστήριο/τίτλος	Δραστηριότητες – (ενδεικτικές)
<p>Στο τέλος του εργαστηρίου, οι μαθητές θα πρέπει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Να εξοικειωθούν με τα είδη και τις τεχνικές των ραδιοφωνικών διαφημίσεων - Να εξοικειωθούν με την τεχνική της αφήγησης και της ορθής απόδοσης κειμένου - Να αποδίδουν ηχητικά και σε σύντομο διάστημα ένα μήνυμα - Να χρησιμοποιούν τη φαντασία και τη δημιουργικότητά τους για την παραγωγή ενός άρτιου αισθητικού αποτελέσματος - Να εξοικειωθούν με τις τεχνικές της ηχογράφησης και της επεξεργασίας ήχου σε Η/Υ 	 <p>Δημιουργία ραδιοφωνικής διαφήμισης (1-3 διδακτικές ώρες)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ο εκπαιδευτικός παρουσιάζει ραδιοφωνικές διαφημίσεις και ζητά από τους μαθητές να εντοπίσουν τα βασικά χαρακτηριστικά τους (μουσική, έντασή και ύφος φωνής, σλόγκαν, λοιπά χαρακτηριστικά). - Δίνονται στους μαθητές αφίσες διαφημίσεων και τους ζητείται να τις μετατρέψουν σε ραδιοφωνικές διαφημίσεις - Ο εκπαιδευτικός ζητά από τους μαθητές να δημιουργήσουν τη δική τους ραδιοφωνική διαφήμιση για το προϊόν ή την υπηρεσία που επέλεξαν. Οι μαθητές θα πρέπει να δώσουν έμφαση στον ήχο δεδομένου ότι η εικόνα λείπει από το συγκεκριμένο είδος διαφήμισης. Δεδομένης της ιδιαιτερότητας της δραστηριότητας, υπάρχουν οι εξής επιλογές υλοποίησης: <ul style="list-style-type: none"> ○ Οι μαθητές επινοούν όλα τα στοιχεία της διαφήμισής τους (βασικός τίτλος, σλόγκαν, μουσική, ύφος φωνής, δομή διαφήμισης) και υλοποιούν τη δημιουργία τους σε ένα πρόγραμμα επεξεργασίας ήχου (πχ. Audacity) στο εργαστήριο πληροφορικής ○ Γίνεται η ηχογράφηση της διαφήμισης της κάθε ομάδας σε όλη την τάξη <p>Η επιλογή της μουσικής γίνεται από δικτυακούς τόπους που προφέρουν μουσική ελεύθερη δικαιωμάτων (https://www.chosic.com/) Μεγάλη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στο περιβάλλον και τη διαδικασία της ηχογράφησης (ησυχία, αργή ομιλία κτλ)</p> - Γίνεται δραματοποίηση και παρουσίαση των εργασιών των μαθητών - Οι μαθητές φροντίζουν έτσι ώστε να έχουν τα προαπαιτούμενα υλικά για τη δημιουργία τηλεοπτικής διαφήμισης (πχ στη διαφήμιση ενός γάλατος ένα μπουκάλι)



Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα	Εργαστήριο/τίτλος	Δραστηριότητες – (ενδεικτικές)
<p>Στο τέλος του εργαστηρίου, οι μαθητές θα πρέπει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Να γνωρίσουν και να εξοικειωθούν με τα χαρακτηριστικά της τηλεοπτικής διαφήμισης - Να συγκρίνουν διαφημιστικές αφίσες, ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές διαφημίσεις και να εντοπίζουν τις διαφορές τους - Να σχεδιάζουν τηλεοπτικές διαφημίσεις - Να καλλιεργήσουν τη φαντασία τους δραματοποιώντας διαφημίσεις - Να βελτιώσουν τις ικανότητες παρουσίασης των δημιουργημάτων τους 	<div style="text-align: center;">  <p>Δημιουργία τηλεοπτικής διαφήμισης (1-3 διδακτικές ώρες)</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> - Ο εκπαιδευτικός παρουσιάζει τηλεοπτικές διαφημίσεις και ζητά από τους μαθητές να εντοπίσουν τα χαρακτηριστικά τους (το προϊόν ή η υπηρεσία που διαφημίζεται, ο τρόπος που προσεγγίζει τον καταναλωτή, το σλόγκαν, η μουσική, ο τρόπος της κινούμενης εικόνας κτλ) - Δίνονται στους μαθητές αφίσες διαφημίσεων ή ραδιοφωνικές διαφημίσεις και τους ζητείται να τις μετατρέψουν σε τηλεοπτικές - Ο εκπαιδευτικός ζητά από τις ομάδες των μαθητών να σχεδιάσουν τη δική τους τηλεοπτική διαφήμιση. Οι μαθητές θα πρέπει να ετοιμάσουν: <ul style="list-style-type: none"> o Το σενάριο της διαφήμισης o Τη σκηνοθεσία o Τη μουσική o Τα σκηνικά - Λόγω της ιδιαιτερότητας της συγκεκριμένης δράσης, υπάρχουν οι εξής επιλογές: <ul style="list-style-type: none"> o Οι μαθητές επιλέγουν τη μουσική και τα ηχητικά εφέ και στη συνέχεια δραματοποιούν τη διαφήμιση και την παρουσιάζουν στους συμμαθητές τους o Οι μαθητές με τη βοήθεια του εκπαιδευτικού βιντεοσκοπούν τη διαφήμισή τους, η οποία θα μπορούσε να είναι εντός ή εκτός σχολείου και στη συνέχεια επιλέγουν ή δημιουργούν τη μουσική και τα εφέ συνθέτοντας ένα ολοκληρωμένο αποτέλεσμα με τη βοήθεια ενός προγράμματος επεξεργασίας βίντεο (πχ. Hitfilm Express) - Γίνεται παρουσίαση των εργασιών των μαθητών και αναστοχασμός



Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα	Εργαστήριο/τίτλος	Δραστηριότητες – (ενδεικτικές)
<p>Στο τέλος του εργαστηρίου, οι μαθητές θα πρέπει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Να αξιολογήσουν τα δημιουργήματά τους - Να αξιολογήσουν τα δημιουργήματα των συμμαθητών τους - Να οργανώσουν το portfolio των εργασιών τους - Να αναστοχαστούν πάνω στα δημιουργήματά τους 	<p>Αναστοχαζόμαστε, αξιολογούμε και προωθούμε τις τελικές εργασίες/ Παρουσίαση portfolio (1-3 διδακτικές ώρες)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Γίνεται συνολική αποτίμηση του εργαστηρίου / Οι μαθητές συμπληρώνουν το φύλλο αυτοαξιολόγησης (δείτε εδώ) - Γίνεται συζήτηση με τους μαθητές για τα πλεονεκτήματα του εργαστηρίου και πιθανές προεκτάσεις - Παρουσιάζεται το portfolio της κάθε ομάδας (τα 3 είδη διαφήμισης) - Σχεδιάζονται δράσεις διάχυσης του εργαστηρίου - Οργανώνεται εκδήλωση με σκοπό την παρουσίαση των αποτελεσμάτων του εργαστηρίου - Προσκαλείται κάποιος επαγγελματίας του χώρου ώστε να συζητήσει με τους μαθητές για τα δημιουργήματά τους



Εκπαιδευτικό Υλικό/ Συνδέσεις

Συλλογές έντυπων παλιών ελληνικών διαφημίσεων:

<https://athensville.blogspot.com/2014/03/270.html>

<https://www.dinfo.gr/>

Παλιές τηλεοπτικές διαφημίσεις στο Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=XzeXdUps-o>

<https://www.youtube.com/watch?v=fExbSDwCPPk>

<https://ipolizei.gr/kalokairines-diafhmiseis-twn-late-80s-kai-90s/>

Δείγματα ραδιοφωνικών διαφημίσεων:

<https://www.inspired.gr/>

<https://www.soundmedia.gr/>

Παλιά και νέα σλόγκαν διαφημίσεων:

<https://livewriteearn.com/>

Δικτυακοί τόποι δημιουργίας αφίσας:

<https://www.postermywall.com>

<https://venngage.com/>

Λογισμικό ηχογράφησης και επεξεργασίας ήχου:

<https://www.audacityteam.org>

Λογισμικό επεξεργασίας βίντεο:

<https://fxhome.com/product/hitfilm-express>

Δημιουργία προϊόντος (βιβλίο εικαστικών Ε & ΣΤ Δημοτικού):

http://ebooks.edu.gr/ebooks/v/html/8547/2013/Eikastika_E-ST-Dimotikou_html-empl/indexC_3.html

Φορείς και άλλες συνεργασίες που θα εμπλουτίσουν το πρόγραμμά μας [Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας](#)

Διαφημιστικές εταιρίες

Επαγγελματίες του χώρου της διαφήμισης

Αξιολόγηση Εργαστηρίου- Συνολική αποτίμηση & αναστοχασμός πάνω στην υλοποίηση - Εκδηλώσεις διάχυσης

- Συμπλήρωση ερωτηματολογίων αξιολόγησης και αυτοαξιολόγησης
- Παρουσίαση Portfolio Εργαστηρίου
- Διοργάνωση εκδήλωσης με σκοπό την παρουσίαση των εργασιών των μαθητών

Σημειώσεις:

Οι δραστηριότητες του εργαστηρίου θα μπορούσαν να αναμορφωθούν στην περίπτωση που θα το αναλάβουν περισσότεροι του ενός εκπαιδευτικοί ειδικοτήτων (πχ ο εικαστικός θα αναλάβει τη δημιουργία αφίσας και ο μουσικός τη δημιουργία ραδιοφωνικής διαφήμισης).



Υποδειγματικό Υλικό- Δειγματικά Φύλλα εργασίας - Περιγραφή εργαστηρίων & δράσεων (3-5 φύλλα)

Φύλλο εργασίας 1



Θα δείτε τρία διαφορετικά είδη διαφήμισης, μία αφίσα, μία ραδιοφωνική και μία τηλεοπτική. Να απαντήσετε στις παρακάτω ερωτήσεις.

Ερώτηση	Αφίσα	Ραδιοφωνική διαφήμιση	Τηλεοπτική διαφήμιση
Ποιο προϊόν διαφημίζεται;			
Σε ποιους απευθύνεται η διαφήμιση;			
Ποιους τρόπους χρησιμοποιεί η διαφήμιση για να δείξει το προϊόν;			
Ποιο είναι το σλόγκαν της διαφήμισης;			
Υπάρχει μουσική; τι είδους;			



Φύλλο εργασίας 2

Θα δείτε 6 διαφημίσεις. Να ταξινομήσετε τις διαφημίσεις ανάλογα με τους στόχους τους.

	Πληροφόρηση	Πειθώ	Υπενθύμιση
Διαφήμιση 1			
Διαφήμιση 2			
Διαφήμιση 3			
Διαφήμιση 4			
Διαφήμιση 5			
Διαφήμιση 6			



Φύλλο εργασίας 3

Θα δείτε 3 διαφημίσεις. Να ταξινομήσετε τις διαφημίσεις ανάλογα με τους στόχους τους.

	Διαφήμιση 1 (αφίσα)	Διαφήμιση 2 (ραδιοφωνική)	Διαφήμιση 3 (τηλεοπτική)
Προϊόν ή υπηρεσία που διαφημίζεται			
Στόχος διαφήμισης (Πληροφόρηση, πειθώ, υπενθύμιση)			
Τεχνικές που χρησιμοποιούνται (παροχή πληροφοριών, κύρος, χιούμορ, φόβος, στιγμιότυπο, συστάσεις)			
Άλλα χαρακτηριστικά της διαφήμισης			



Φύλλο εργασίας 4

Σχεδιασμός και περιγραφή προϊόντος που προορίζεται για διαφήμιση

- Να επινοήσετε, να σχεδιάσετε και να περιγράψετε το προϊόν ή την υπηρεσία που πρόκειται να διαφημίσετε.
 - Αν πρόκειται για προϊόν, να προσδιορίσετε το όνομα (φανταστικό), το λογότυπο, τη συσκευασία και άλλα στοιχεία (πχ αν πρόκειται για γάλα γίνεται αποσαφήνιση για το είδος του – αγελαδινό ή κατσικίσιο – την περιεκτικότητά του σε λιπαρά, την προέλευσή του κτλ.)
 - αν πρόκειται για θεατρική παράσταση να προσδιορίσετε τον τίτλο της, το σενάριο, το σκηνοθέτη, τους πρωταγωνιστές, το θέατρο και τις ημέρες και ώρες της παράστασης)

Προϊόν ή υπηρεσία που διαφημίζεται	
Χαρακτηριστικά προϊόντος ή υπηρεσίας	
Τόπος προέλευσης προϊόντος ή τόπος και χρόνος παροχής της υπηρεσίας	
Επιμέρους χαρακτηριστικά του προϊόντος ή της υπηρεσίας (πχ συσκευασία)	



Ενδεικτική αφίσα που δημιουργήθηκε στην εφαρμογή

www.postermywall.com



Ειδικά Πακέτα Διακοπών



Τουριστικό
Γραφείο
ΔΙΑΣ

Στους πιο εξωτικούς προορισμούς του κόσμου



Από

Bali

Quisque velit nisi, pretium ut lacinia in, elementum id enim. Curabitur aliquet quam id dui posuere blandit.

450€



450 €

Maldives

Quisque velit nisi, pretium ut lacinia in, elementum id enim. Curabitur aliquet quam id dui posuere blandit.

599€



5 ημέρες / 4
διανυκτερεύσεις
για 2 άτομα

Australia

Quisque velit nisi, pretium ut lacinia in, elementum id enim. Curabitur aliquet quam id dui posuere blandit.

699€

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ: (09) 123 456 789 www.zeustravel.com



Ενδεικτικές δραστηριότητες για την περιγραφική αξιολόγηση

Ο εκπαιδευτικός παρατηρεί σε πραγματικό χρόνο την πορεία μάθησης, παρεμβαίνει και καθοδηγεί τους μαθητές με απώτερο σκοπό τη βελτίωση των εργασιών τους.

Επίσης μπορεί να διαμορφωθεί ένας πίνακας αποτίμησης ανά εργαστήριο σε σχέση με την επίτευξη των στόχων του, και ανά μαθητή ή ομάδα μαθητών (υπόδειγμα υπάρχει [εδώ](#)).

Επίσης, στο τέλος του εργαστηρίου μπορεί να γίνει συνολική αξιολόγηση δεξιοτήτων των μαθητών (υπόδειγμα υπάρχει [εδώ](#)).



Αξιολόγηση ανά εργαστήριο

Πίνακας αποτίμησης σε σχέση με την επίτευξη των στόχων ανά μαθητή ή ομάδα μαθητών σε κάθε ώρα εργαστηρίου.

Εργαστήριο	(1-7)			
	Μαθητής 1 / ή Ομάδα 1	Μαθητής 2 / ή Ομάδα 2	Μαθητής 3 / ή Ομάδα 3	Μαθητής 4 / ή Ομάδα 4
Κατανόηση του σκοπού της διαφήμισης	(Διαβάθμιση 1-4)			
Κατανόηση των ειδών της διαφήμισης				
Κατανόηση των στόχων του εργαστηρίου				
Ικανότητα σύγκρισης διαφημίσεων				
Ταξινόμηση διαφημίσεων ανάλογα με το είδος τους				



Συνολική αξιολόγηση μαθητών

Συνολική αξιολόγηση δεξιοτήτων των μαθητών

(1 – Αρχόμενη, 2 – Αναπτυσσόμενη, 3- Ικανοποιητική, 4 – Εξαιρετική)

Όνοματεπώνυμο μαθητή:	1	2	3	4
Δεξιότητες συνεργασίας				
Δεξιότητες επίλυσης συγκρούσεων				
Δεξιότητες ακρόασης και παρατήρησης				
Αυτεπάρκεια				
Ανεκτικότητα				
Δεξιότητες αυτόνομης μάθησης				
Δεξιότητες ευελιξίας και προσαρμοστικότητας				
Δεξιότητες κριτικής σκέψης				
Δεξιότητες δημιουργίας ψηφιακού περιεχομένου				



Φύλλα περιγραφικής αυτο-αξιολόγησης (έως 2 σελίδες)

Περιγραφική αυτοαξιολόγηση μαθητή (IEP, 2019)

	Καθόλου	Λίγο	Ούτε λίγο, ούτε πολύ	Πολύ	Πάρα πολύ
Γνωρίζω τα είδη της διαφήμισης					
Γνωρίζω τις τεχνικές που χρησιμοποιούν οι διαφημίσεις					
Έμαθα να δημιουργώ διαφημιστική αφίσα (στον υπολογιστή ή με φυσικά μέσα)					
Έμαθα να δημιουργώ ραδιοφωνική διαφήμιση					
Έμαθα να δημιουργώ τηλεοπτική διαφήμιση (ή να κάνω αναπαράσταση)					
Έμαθα να ακούω προσεκτικά τους συμμαθητές μου και να συνεργάζομαι μαζί τους					
Έμαθα να αξιολογώ τις εργασίες των συμμαθητών μου					
Συνέβαλα στην παρουσίαση της εργασίας στην τάξη					
Τι άλλο έμαθα;(Δεξιότητες που συμπληρώνονται από τον μαθητή)					



Περιγραφή ενδεικτικών δραστηριοτήτων για το portfolio μαθητή/-τριας

- Αφίσσα
- Ραδιοφωνική διαφήμιση
- Τηλεοπτική διαφήμιση

Βιβλιογραφία

- Δημητρακοπούλου Μ., Τζένου Μ., Ανδρούτσος Π.(2008). *Μουσική Γ' Γυμνασίου*. ΙΤΥΕ Διόφαντος, ανακτήθηκε στις 23/05/2021 από http://ebooks.edu.gr/ebooks/v/html/8547/2304/Mousiki_G-Gymnasiou_html-empl/index2_3.html
- Γκουσιάκη, Π. (2006). *Ανάλυση των Χαρακτηριστικών των Ραδιοφωνικών Διαφημίσεων*, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, ανακτήθηκε στις 16/05/2021 από <https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/handle/unipi/1638>
- ΙΕΠ (2019). *Οδηγός εκπαιδευτικού για την περιγραφική αξιολόγηση στο Δημοτικό. Σενάρια ανάπτυξης Διαδικασιών Περιγραφικής αξιολόγησης*. ΙΕΠ, ανακτήθηκε στις 25/05/2021 από http://iep.edu.gr/images/IEP/Modules/SJ_Categories_II_for_K2/Perigrafiki_Axiologisi/2019/Odigoi/2c_Perigrafiki_DHMOTIKO_C_NEW.pdf
- Κοκκίνης, Γ. (2014). *Εισαγωγή στη διαφήμιση*. ΙΤΥΕ Διόφαντος, ανακτήθηκε στις 22/5/2021 από http://ebooks.edu.gr/ebooks/v/pdf/8547/4516/24-0494-01_Eisagogi-sti-Diafimisi_B-EPAL_Vivlio-Mathiti/
- Μάρκου Μ. (2013). *Η χρήση και η ιστορική εξέλιξη της αφίσσας στη διαφήμιση*, Πτυχιακή Εργασία, ΤΕΙ Κρήτης, ανακτήθηκε στις 16/05/21 από http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/mk/2013/MarkouMaria/attached-document-1390330583-733004-32731/Markou_Maria.2013.PDF
- Συμβούλιο Ελέγχου και Επικοινωνίας, *Ελληνικός Κώδικας διαφήμισης και επικοινωνίας*, ανακτήθηκε στις 16/05/2021 από <http://www.see.gr/%CE%BA%CF%8E%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%B1%CF%82/>
- Μαγουλιώτης Α., Τσιπλητάρης Α. (2008). *Εικαστικά Ε & ΣΤ Τάξης*, ΙΤΥΕ Διόφαντος, ανακτήθηκε στις 23/05/2021 από http://ebooks.edu.gr/ebooks/v/html/8547/2013/Eikastika_E-ST-Dimotikou_html-empl/indexC_3.html
- Cambridge Dictionary (n.d.), *Advertising*, ανακτήθηκε στις 15/5/2021 από <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/advertising>