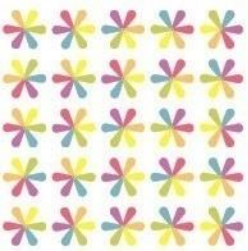




6. konferenca učiteljev/-ic naravoslovnih predmetov – NAK 2021

IZZIVI AVTENTIČNOSTI V NARAVOSLOVNEM IZOBRAŽEVANJU

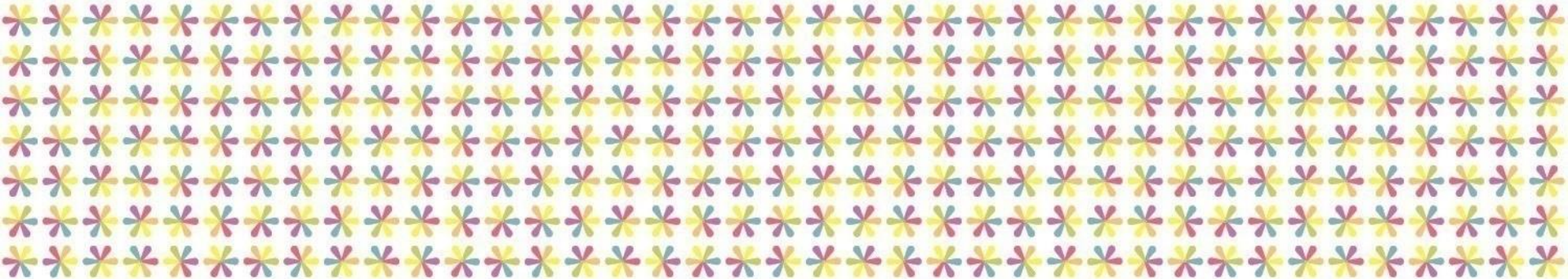


REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

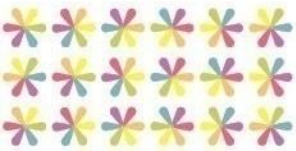
Naložbo sofinancirata Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada



OGLASI IN ZAŠČITA POTROŠNIKA

MARIJA FRONTINI

OŠ ŠMARTNO V TUHINJU



6. konferenca učiteljev/-ic naravoslovnih predmetov – NAK 2021

IZZIVI AVTENTIČNOSTI V NARAVOSLOVNEM IZOBRAŽEVANJU



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

NAMEN DEJAVNOSTI:

CILJI IZ UN

Učenci:

- primerjajo koristnost oglasov,
- znajo razbrati sporočilo oglasa,
- razpoznajo informativne, zavajajoče in z informacijami prenasichene oglase,
- kritično sprejemajo sporočila oglasov,
- preudarijo, ali ponujeni izdelek potrebujejo ali ne,
- oblikujejo oglas za nek izdelek ali storitev

KRITERIJI USPEŠNOSTI

Uspešen bom,

- ko bom kritično sprejemal sporočilo oglasa.
- ko bom znal razbrati sporočilo oglasa.
- ko bom razpoznal informativne, zavajajoče in z informacijami prenasichene oglase.
- ko bom znal pojasniti negativne učinke, ki jih spodbujajo oglasi in pojavi potrošništva
- ko bom znal preudariti ali ponujeni izdelek potrebujem ali ne.
- ko bom oblikoval oglas za nek izdelek ali storitev.



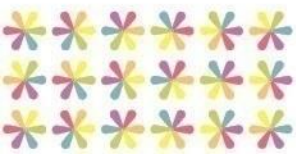
GRADNIKI BRALNE PISMENOSTI



IZBRANI TEMELJNI GRADNIK: Razumevanje besedila

Motiviranost za branje
Interes za branje

Odziv na besedilo in tvorjenje besedila
Obnova besedila



16. konferenca učiteljev/-ic naravoslovnih predmetov – NAK 2021

IZZIVI AVTENTIČNOSTI V NARAVOSLOVNEM IZOBRAŽEVANJU



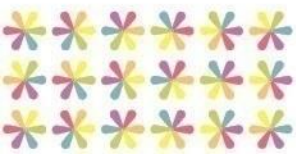
REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



OGLASI IN ZAŠČITA POTROŠNIKA

Povzetek

- Učna ura je bila izvedena »v živo« po vrnitvi iz dela na daljavo. Učenci 5. razreda osnovne šole so v uvodni motivaciji najprej razmišljali o tem, kaj že vedo o oglasih. Povedali so svoje asociacije in naštevati so svoje primere. V obravnavi nove snovi je sledilo branje besedila v učbeniku. Učenci so prisluhnili besedilu iz učbenika, ki ga glasno preberejo(mo) učiteljica in dobri bralci, ki so razredu. Besedilo so obnovili po metodi podajanke (jaz začnem, ti nadaljuješ). Postavljali so vprašanja na vseh ravneh in odgovarjali na lastna in tuja vprašanja na vseh ravneh razumevanja. Nato so v dvojicah rešili učni list. Pravilnost rešitve so preverili in prilepili v svoj zvezek. Dodatno utrjevanje snovi je bilo izvedeno v obliki kviza na spletni platformi Kahoot.
- V zadnjem delu so učenci pripravili predstavitev za različne vrste oglasov po lastni izbiri, ki naj bi bili objavljeni v časopisu, dramatizacijo ali predstavitev oglasa z ilustracijo. Učenci so v bili razporejeni v skupine. Vsaka skupina raziskuje in kasneje seznani sošolce z vrsto oglasa, ki so ga predstavili. Po vsaki predstavitvi oglasa je potekalo glasovanje o "nakupu" oglaševanega izdelka.



Predloga za zapis didaktičnih pristopov v podporo razvijanja bralne pismenosti OŠ in SŠ
Didaktični pristop Oglasi in zaščita potrošnika

Učitelj: Marija Frontini	Šola: Osnovna šola Šmartno v Tuhinju 049 - IVIZ	PREDMET/PODROČJE: Gospodinjstvo	Razred/Letnik: 5.	Datum: 19.2.2021 5.3. 2021	Število ur: 2
--------------------------	---	------------------------------------	----------------------	----------------------------------	------------------

UČNI SKLOP:

Tekstil in oblačenje

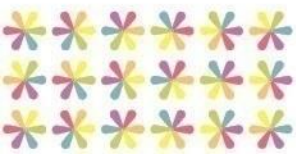
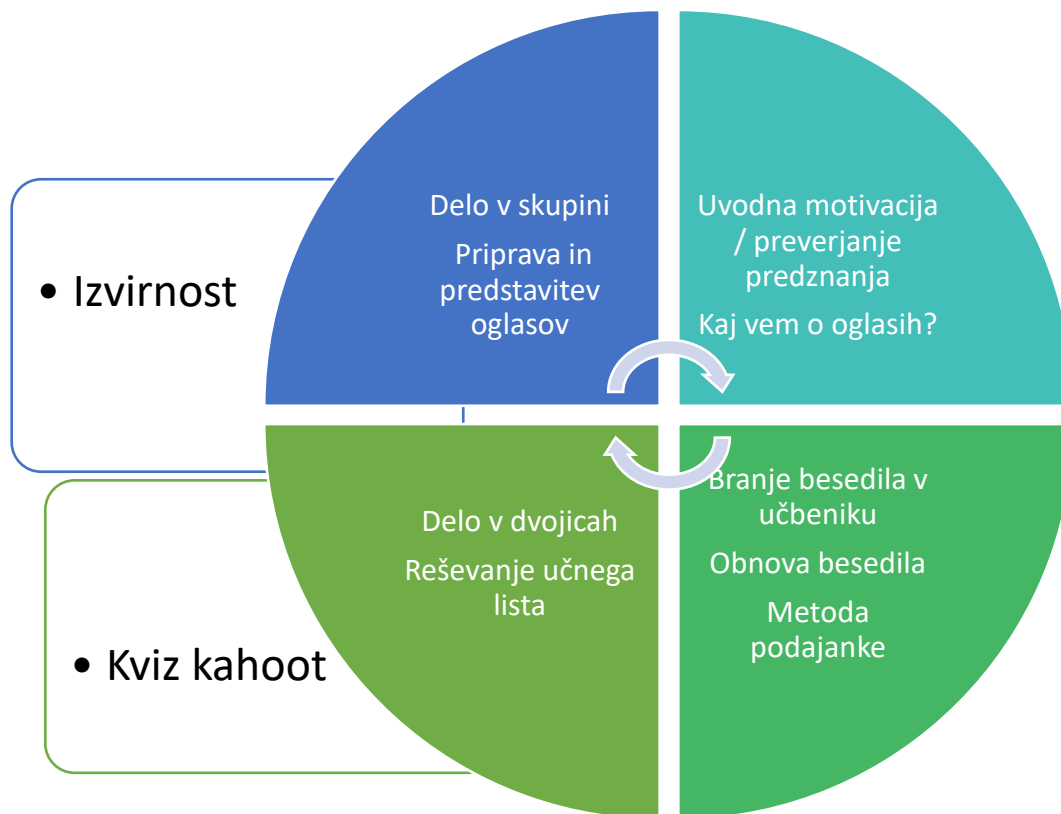
Učna tema: Oglasi in zaščita potrošnika

IZBRANI TEMELJNI GRADNIK: Razumevanje besedil (7)

Drugi gradniki: Motiviranost za branje (2) Odziv na besedilo in tvorjenje besedil (8)

UČNI CILJI	NAMEN SKLOP/DEJAVNOSTI	DEJAVNOSTI ZA DOSEGANJE CILJEV	KONKRETIZACIJA BP	
			OPIS GRADNIKA Učenec/dijak ga izkaže tako, da:	DOKAZI (Na osnovi česa vemo, da je učenec/dijak nekaj dosegel?)
Operativni cilji iz UN Učenec: CILJI Učenke/učenci: -primerjajo koristnost oglasov, -znajo razbrati sporočilo oglasa, -razpoznajo informativne, zavajajoče in z informacijami prenasršene oglase, -kritično sprejemajo sporočila oglasov, -preudarijo, ali ponujeni izdelek potrebuje ali ne, -oblikujejo oglas za nek izdelek ali storitev. Standardi znanja/pričakovani dosežki/rezultati: -ovrednoti oglase in jih zna - kritično sprejemati, zna pretehtati potrebnost ponujenega izdelka, --izdela oglas z vsemi potrebnimi informacijami, Objem: -sintetizira spoznanja o besedilu/predstavi ter oblikuje vrednostne sodbe; spoznanja in sodbe primerja s sošolci in sošolkami ter jih utemelji tako, da se sklicuje na besedilo/predstavo, (splošno) znanje in izkušnje; prvin besedilu in presoja njihov učinek;	Nameni učenja: Učenec: -zna razlikovati med oglasnimi in drugimi informacijami v medijih -zna pojasniti negativne učinke, ki jih spodbujajo oglasi in pojavi potrošništva -zna primerjati različne načine oglaševanja in oglasov -zna razbrati bistvo v sporočilu oglasa -zna prepoznati informativne, zavajajoče in z informacijami prenasršene oglase -zna kritično sprejemati sporočila oglasov -zna oblikovati oglas za nek izdelek ali storitev Učenec zna obnoviti / povzeti besedilo. Učenec zna odgovoriti na vprašanja o besedilu. Učenec v besedilu prepozna vrsto oglasov Učenec zna s pomočjo virov kritično predstaviti zanimive podatke, koristnost in učinke oglasov. Kriteriji uspešnosti: Uspešen bom, -ko bom ovrednotil oglase in jih znal kritično sprejemati, -ko bom znal pretehtati potrebnost ponujenega izdelka, -izdelal oglas z vsemi potrebnimi informacijami -ko bom v besedilu našel nenavadne besede in jih pravilno razložil.	Učne dejavnosti, metode: Uvodna motivacija oz. preverjanje predznanja: Kaj vem o oglaših? Učenci povedo svojo asociacijo, naštevajo primere. Branje besedila v učbeniku. Učenci so prisluhnili besedilu iz učbenika, ki ga glasno preberejo (mo) učiteljica in dobri bralci, ki so razredu. Učenci so s pomočjo metode podajanke (jaz začnem obnovo, ti nadaljuješ) pripravili obnovo besedila. Učenci postavljajo vprašanja na vseh ravneh in odgovarjajo na lastna in tuja vprašanja na vseh ravneh razumevanja V dvojicah so rešili učni list : Oglasi in zaščita potrošnika. Učenci izvedo razpored v skupine. Na kratko povzamem, kakšne so njihove zadalžitve. 24 učencev je razdeljenih v 6 delovnih skupin in voditelja; po dve skupini imata enako vrsto oglasa. Učenci žrebajo številko skupine in sledi prerazporeditev in delo v skupinah. Pripravo predstavitev za različne vrste oglasov po lastni izbiri, ki bodo objavljeni v časopisu, dramatizacijo ali predstavijo oglas z ilustracijo. Vsaka skupina raziskuje in kasneje seznani sošolce z vrsto oglasa, ki ga bodo prestavili. Voditelji vodijo delo v skupinah. Preberejo članke iz časopisa delo in poročajo sošolcem ugotovitve. Pripravo poustvarjalno besedilo/reklamo, ki bo objavljena v časopisu. Ugotavljajo, kakšno je zavajajoče in prikrito oglaševanje Predstavitev reklamnih oglasov.	Motiviranost za branje: Motivacija: - izrazi interes za branje - pozna in uporablja tiskane in digitalne bralne vire. Besedišče: - razume pomen besed in jih uporabi v novih besedilih Odziv na besedilo in tvorjenje besedil: - nove besede uporabi v novih situacijah (napiše novo besedilo reklamni oglas. - o besedilu oz. podatkih si postavlja vprašanja na vseh ravneh, - odgovarja na lastna in tuja vprašanja na vseh ravneh razumevanja, - besedilo samostojno obnovi in povzame.	Konkretni primeri dokazov učencev/dijakov*: Glasno branje. Izpolnjeni delovni listi. Pregled utrjevanja znanja oz .rezultatov kviza/ Podium/ na spletni platform Kahoot. Predstavitev reklamnih oglasov.

DEJAVNOSTI ZA DOSEGANJE CILJEV



DOKAZI O DEJAVNOSTI

Oglas je na primer po
televiziji, radiu...

trgovinski oglasi
akcija
nekaj novega

OGLAS SE PO TELEVIZIJI,
, KOSE OGASIŠ NA TELEFON
OGLASNA DESKA

~~OGLAS~~
~~OGLAS~~
~~OGLAS~~

- TRGOVINSKI OGLASI
- TRIGLAUSKI OGLASI
- AKCIJE
- NOVICE
- OGLASI ZA FILM

Oglasi: televizijski, reklamni,

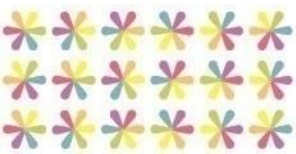
OGLASI SO KAJ SE MAJ
PELA NA ZEMLJI

OGLASI MED KATERO
ODDAJO NPR. LIDL
OGLASI OD TRGOVIN

- OGLASI
- o cenah
 - akcijah
 - za trgovino
 - o dejavnostih
 - zavojarije

Oglas za film
Oglas za hrano

- Oglasi na youtube
in jih nemoremo



DOKAZI O DEJAVNOSTI

oglas za kamere

razstava za potrošnike, da
ne kupijo vsega čudnega

Oglas za nove stvari
oglas na televiziji, radiju in
časopisu

- OGLAS ZAVAJA LJUDI
- OGLAS IGRAČ
- OGLAS OBLAČIL, NOVIH TELEFONOV
- OGLAS TRGOVIN
- OGLAS HIŠ

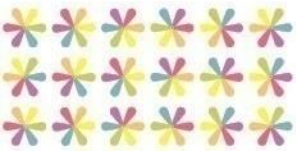
stvari ki
nas zanimajo
ker hočemo
več tega,
solbično.

VABIJO V
TRGOVINE

OGLASI NA TELEVIZI-
JI RAZNA SPOROČILA
NA TELEFONU RECIMO
ZA OGRADO

- novice
- trgovinski oglasi
- planinski oglas
- živalski oglasi
- napovedniki

Oglas je: trgovinski oglas
Oglasje: Nove hiše
Oglas je: ~~nov~~ za zvezek



DOKAZI O DEJAVNOSTI

1. Vsak dan v časopisih, na velikih plakatih, po radiu in televiziji slišimo in /ali vidimo množico oglasov. Podjetja plačajo veliko denarja, da jih lahko prikazujejo. Z lepimi podobami in besedami nas vabijo, da bi kupili njihove izdelke.

Natančno preberi oglas na desni in na njem podčrtaj besede, s katerimi podjetje hvali svoj pralni prašek.

Kakšne lastnosti izdelkov predstavljajo oglašaji? Obkroži črko pred pravilnim odgovorom.

- a) Samo slabe lastnosti
b) Dobre in slabe lastnosti
☒ c) Samo dobre lastnosti



Ali je pametno, da se, ko prebereš takšen oglas, odločiš, da boš izdelek kupil? Obkroži ustrezen odgovor in ga utemelji.

☒ DA ☐ NE

Utemeljitev:

Zato ker mi poceni in mi pranje denarja.

1. Vsak dan v časopisih, na velikih plakatih, po radiu in televiziji slišimo in /ali vidimo množico oglasov. Podjetja plačajo veliko denarja, da jih lahko prikazujejo. Z lepimi podobami in besedami nas vabijo, da bi kupili njihove izdelke.

Natančno preberi oglas na desni in na njem podčrtaj besede, s katerimi podjetje hvali svoj pralni prašek.

Kakšne lastnosti izdelkov predstavljajo oglašaji? Obkroži črko pred pravilnim odgovorom.

- a) Samo slabe lastnosti
b) Dobre in slabe lastnosti
☒ c) Samo dobre lastnosti



Ali je pametno, da se, ko prebereš takšen oglas, odločiš, da boš izdelek kupil? Obkroži ustrezen odgovor in ga utemelji.

☒ DA ☐ NE

Utemeljitev:

Premislim, če ga potrebujem, če ga prosim mami da mi pranje kupi.

1. Vsak dan v časopisih, na velikih plakatih, po radiu in televiziji slišimo in /ali vidimo množico oglasov. Podjetja plačajo veliko denarja, da jih lahko prikazujejo. Z lepimi podobami in besedami nas vabijo, da bi kupili njihove izdelke.

Natančno preberi oglas na desni in na njem podčrtaj besede, s katerimi podjetje hvali svoj pralni prašek.

Kakšne lastnosti izdelkov predstavljajo oglašaji? Obkroži črko pred pravilnim odgovorom.

- a) Samo slabe lastnosti
b) Dobre in slabe lastnosti
☒ c) Samo dobre lastnosti



Ali je pametno, da se, ko prebereš takšen oglas, odločiš, da boš izdelek kupil? Obkroži ustrezen odgovor in ga utemelji.

☒ DA ☐ NE

Utemeljitev:

Ja je predrag izdelek in ne ravnam mi pranje

1. Vsak dan v časopisih, na velikih plakatih, po radiu in televiziji slišimo in /ali vidimo množico oglasov. Podjetja plačajo veliko denarja, da jih lahko prikazujejo. Z lepimi podobami in besedami nas vabijo, da bi kupili njihove izdelke.

Natančno preberi oglas na desni in na njem podčrtaj besede, s katerimi podjetje hvali svoj pralni prašek.

Kakšne lastnosti izdelkov predstavljajo oglašaji? Obkroži črko pred pravilnim odgovorom.

- a) Samo slabe lastnosti
☒ b) Dobre in slabe lastnosti
c) Samo dobre lastnosti



Ali je pametno, da se, ko prebereš takšen oglas, odločiš, da boš izdelek kupil? Obkroži ustrezen odgovor in ga utemelji.

☒ DA ☐ NE

Utemeljitev:

Ker je drago in nič ne rešim

DOKAZI O DEJAVNOSTI

Kahoot ENTER GAME PIN

1. Vsak dan v časopisih, na velikih plakatih, po radiu in televiziji slišimo in /ali vidimo množico oglasov. Podjetja plačajo veliko denarja, da jih lahko prikazujejo. Z lepimi podobami in besedami nas vabijo, da bi kupili njihove izdelke.

Natančno preberi oglas na desni in na njem podčrtaj besede, s katerimi podjetje hvali svoj pralni prašek.

Kakšne lastnosti izdelkov predstavljajo oglasi? Obkroži črko pred pravilnim odgovorom.

a) Samo slabe lastnosti
b) Dobre in slabe lastnosti
c) Samo dobre lastnosti



Ali je pametno, da se, ko prebereš takšen oglas, odločiš, da boš izdelek kupil? Obkroži ustrezeni odgovor in ga utemelji.

DA ☒ NE

Utemeljitev:

ŠPARAM ZA DRUGE
REČI

1. Vsak dan v časopisih, na velikih plakatih, po radiu in televiziji slišimo in /ali vidimo množico oglasov. Podjetja plačajo veliko denarja, da jih lahko prikazujejo. Z lepimi podobami in besedami nas vabijo, da bi kupili njihove izdelke.

Natančno preberi oglas na desni in na njem podčrtaj besede, s katerimi podjetje hvali svoj pralni prašek.

Kakšne lastnosti izdelkov predstavljajo oglasi? Obkroži črko pred pravilnim odgovorom.

a) Samo slabe lastnosti
b) Dobre in slabe lastnosti
c) Samo dobre lastnosti



Ali je pametno, da se, ko prebereš takšen oglas, odločiš, da boš izdelek kupil? Obkroži ustrezeni odgovor in ga utemelji.

DA ☒ NE

Utemeljitev:

ker ga ne vidim

1. Vsak dan v časopisih, na velikih plakatih, po radiu in televiziji slišimo in /ali vidimo množico oglasov. Podjetja plačajo veliko denarja, da jih lahko prikazujejo. Z lepimi podobami in besedami nas vabijo, da bi kupili njihove izdelke.

Natančno preberi oglas na desni in na njem podčrtaj besede, s katerimi podjetje hvali svoj pralni prašek.

Kakšne lastnosti izdelkov predstavljajo oglasi? Obkroži črko pred pravilnim odgovorom.

a) Samo slabe lastnosti
b) Dobre in slabe lastnosti
c) Samo dobre lastnosti



Ali je pametno, da se, ko prebereš takšen oglas, odločiš, da boš izdelek kupil? Obkroži ustrezeni odgovor in ga utemelji.

DA ☒ NE

Utemeljitev:

Ne ve, kakšno kvaliteto je izdelek.
Da je druga kakovost

1. Vsak dan v časopisih, na velikih plakatih, po radiu in televiziji slišimo in /ali vidimo množico oglasov. Podjetja plačajo veliko denarja, da jih lahko prikazujejo. Z lepimi podobami in besedami nas vabijo, da bi kupili njihove izdelke.

Natančno preberi oglas na desni in na njem podčrtaj besede, s katerimi podjetje hvali svoj pralni prašek.

Kakšne lastnosti izdelkov predstavljajo oglasi? Obkroži črko pred pravilnim odgovorom.

a) Samo slabe lastnosti
b) Dobre in slabe lastnosti
c) Samo dobre lastnosti



Ali je pametno, da se, ko prebereš takšen oglas, odločiš, da boš izdelek kupil? Obkroži ustrezeni odgovor in ga utemelji.

DA ☒ NE

Utemeljitev:

ker se oglasi prevečkrat ponavljajo.

Katere vrste oglasov ne poznamo?

9

Kahoot!

0 Answers

▲ zavajajoči oglasi

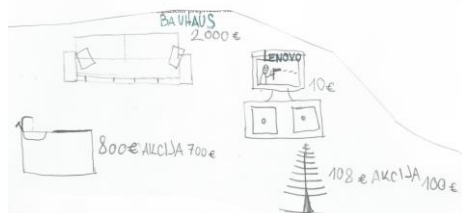
◆ primerjalni oglasi

● nerazumljivi oglasi

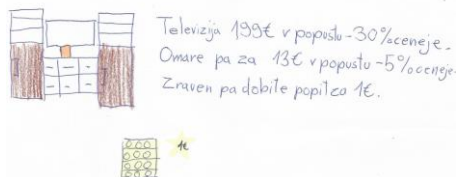
■ priporočilni oglasi

DOKAZI O DEJAVNOSTI

2. Nariši in napiši oglas za nek izdelek (izberi med supergami, sladlodekom, prenosnim telefonom...). Predstavi(j) si, da skušaš o oglasom prepričati starše, da ti kupijo izbrani izdelek.



2. Nariši in napiši oglas za nek izdelek (izberi med supergami, sladlodekom, prenosnim telefonom...). Predstavi(j) si, da skušaš o oglasom prepričati starše, da ti kupijo izbrani izdelek.



2. Nariši in napiši oglas za nek izdelek (izberi med supergami, sladlodekom, prenosnim telefonom...). Predstavi(j) si, da skušaš o oglasom prepričati starše, da ti kupijo izbrani izdelek.



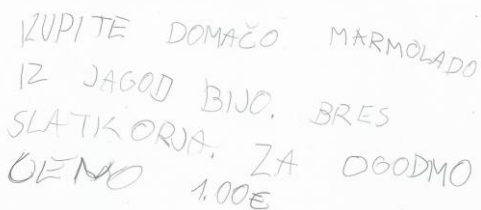
2. Nariši in napiši oglas za nek izdelek (izberi med supergami, sladlodekom, prenosnim telefonom...). Predstavi(j) si, da skušaš o oglasom prepričati starše, da ti kupijo izbrani izdelek.



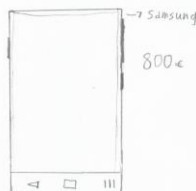
2. Nariši in napiši oglas za nek izdelek (izberi med supergami, sladlodekom, prenosnim telefonom...). Predstavi(j) si, da skušaš o oglasom prepričati starše, da ti kupijo izbrani izdelek.



2. Nariši in napiši oglas za nek izdelek (izberi med supergami, sladlodekom, prenosnim telefonom...). Predstavi(j) si, da skušaš o oglasom prepričati starše, da ti kupijo izbrani izdelek.



2. Nariši in napiši oglas za nek izdelek (izberi med supergami, sladlodekom, prenosnim telefonom...). Predstavi(j) si, da skušaš o oglasom prepričati starše, da ti kupijo izbrani izdelek.



2. Nariši in napiši oglas za nek izdelek (izberi med supergami, sladlodekom, prenosnim telefonom...). Predstavi(j) si, da skušaš o oglasom prepričati starše, da ti kupijo izbrani izdelek.



6. konferenca učiteljev/-ic naravoslovnih predmetov – NAK 2021

IZIZIVI AVTENTIČNOSTI V NARAVOSLOVNEM IZOBRAŽEVANJU



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

