

**ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΚΑΙ
ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΠΕ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ
ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ**

Πανεπιστημιακό Κέντρο Επιμόρφωσης (ΠΑ.Κ.Ε.) Αθήνας

**“Το Γλωσσάρι της Διαφήμισης”
Σενάριο Μάθησης με την Αξιοποίηση
Ηλεκτρονικής Εγκυκλοπαίδειας**

**ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ
ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΕΙΕΣ**

*Έλενα Ελληνιάδου
Ζωή Κλεφτάκη
Νικόλαος Μπαλκίζας
Ειρήνη Σπυράτου*

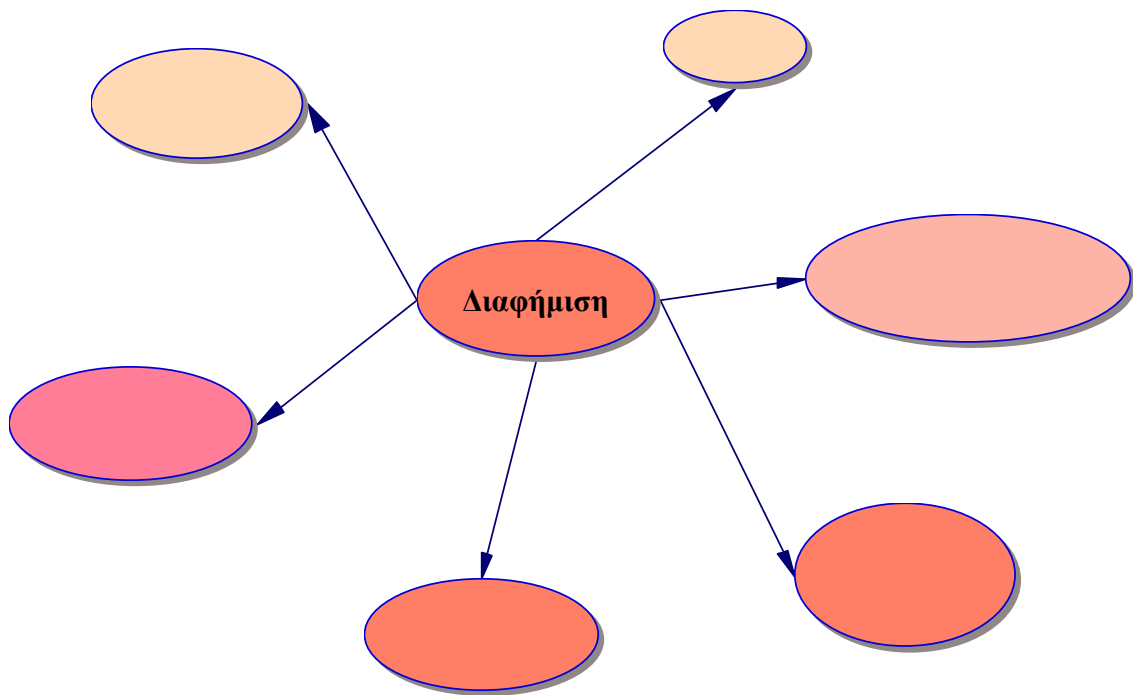
Αθήνα, Φεβρουάριος 2008

1ο ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Τα συστατικά στοιχεία της διαφήμισης»

Εντοπίστε **συστατικά στοιχεία** των διαφημίσεων που γνωρίζετε, καταγράψτε τα και οργανώστε τα σε εννοιολογικό χάρτη.
Συστατικά στοιχεία της διαφήμισης μπορεί να είναι για παράδειγμα έννοιες που σχετίζονται με αυτή, π.χ. η **μάρκα** ενός προϊόντος.

ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ



2ο ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δημιουργώ γλωσσάρι για τη διαφήμιση»

Αναζητήστε με τη βοήθεια των παρακάτω υπερσυνδέσμων την ερμηνεία των όρων:

«διαφήμιση», «προϊόν», «διαφημιστική εκστρατεία», «σλόγκαν», «μάρκα ή φίρμα», «καταναλωτής», «καταναλωτικό αγαθό» και «καταναλωτικό κοινό».

Καταγράψτε τις απαντήσεις σας σε έναν πίνακα του επεξεργαστή κειμένου, καθώς και τις πηγές από τις οποίες προήλθαν.

- <http://www.livepedia.gr/index.php/%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%8A%CF%8C%CE%BD>
- <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%AE%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B7>
- <http://www.geocities.com/notesgym/consumer/advert/ad1.htm>
- <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%AE%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B7>
- http://en.wikipedia.org/wiki/Advertising_slogan
- http://el.wikiquote.org/wiki/List_of_advertising_slogans
- <http://www.livepedia.gr/index.php/%CE%A3%CE%BB%CF%8C%CE%B3%CE%BA%CE%B1%CE%BD>
- <http://el.wikiquote.org/wiki/%CE%9B%CE%AF%CF%83%CF%84%CE%B1%CE%A3%CE%BB%CF%8C%CE%B3%CE%BA%CE%B1%CE%BD>
- http://enteka.blogspot.com/2006/12/blog-post_11.html
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Branding>
- www.msmpart.aueb.gr/diss_seira_1/Lalas.ppt
- www.msmpart.aueb.gr/diss_seira_1/Lalas.ppt

«ΓΛΩΣΣΑΡΙ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΕΙΑΣ»

1. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΕΝΑΡΙΟΥ

1.1 ΤΙΤΛΟΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟΥ ΣΕΝΑΡΙΟΥ

«Γλωσσάρι για τη Διαφήμιση»

1.2 ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΕΣ ΓΝΩΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

Το σενάριο αφορά στις γνωστικές περιοχές της Γλώσσας, των Αγγλικών και των Νέων Τεχνολογιών.

1.3 ΤΑΞΕΙΣ ΣΤΙΣ ΟΠΟΙΕΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ

Το σενάριο μπορεί να αξιοποιηθεί από την έκτη τάξη του Δημοτικού Σχολείου. Ασχολείται με θέματα που αφορούν στη Γλώσσα και ειδικότερα στη χρήση λέξεων, φράσεων, συνθημάτων που έχουν ένα ιδιαίτερο νόημα, χρησιμοποιούνται για να προβάλλουν ένα προϊόν και αποτελούν βασικά συστατικά στοιχεία μιας διαφήμισης. Αποφεύγονται μέθοδοι διδασκαλίας γνωσιοκεντρικού χαρακτήρα και οι μαθητές εργάζονται σε ομάδες με δραστηριότητες που αξιοποιούν τεχνολογικά εργαλεία ΤΠΕ.

1.4 ΣΥΜΒΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕ ΤΟ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Το σενάριο είναι απόλυτα συμβατό με το σχολικό Αναλυτικό Πρόγραμμα Σπουδών. Ο κεντρικός άξονας του εκπαιδευτικού σεναρίου αφορά στη γνωστική περιοχή της Γλώσσας, την παραγωγή προφορικού λόγου, την εκμάθηση-επεξήγηση και κατανόηση των εννοιών και τον εμπλουτισμό του λεξιλογίου. Η διερεύνηση των όρων σε λεξικά, στο διαδίκτυο και σε ηλεκτρονικές εγκυκλοπαίδειες απαιτεί την εμπλοκή του μαθήματος των Αγγλικών επειδή μερικά λήμματα εντοπίζονται μόνο στα αγγλικά. Ταυτόχρονα υποστηρίζει τη μαθησιακή διαδικασία με την αξιοποίηση λογισμικού εννοιολογικών χαρτών, οι οποίοι διευκολύνουν τη σύνδεση των δομικών στοιχείων της διαφήμισης ώστε να γίνει περισσότερο αντιληπτή η λειτουργία και η χρήση της.

1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΗ ΥΛΙΚΟΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ

Τα μαθήματα είναι καλό να γίνονται στο εργαστήριο πληροφορικής του σχολείου. Είναι χρήσιμο οι μαθητές να χωριστούν σε ομάδες των 4 ατόμων με την απαίτηση του ανάλογου αριθμού Η/Υ που θα έχει τη δυνατότητα σύνδεσης:

- στο διαδίκτυο (μηχανές αναζήτησης, ψηφιακές εγκυκλοπαίδειες).
- με λογισμικό γενικής χρήσης (επεξεργαστής κειμένου)
- με συστήματα εννοιολογικής χαρτογράφησης (Inspiration).

1.6 ΔΙΔΑΚΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

A) Ως προς το γνωστικό αντικείμενο

Οι μαθητές:

- Να εντοπίσουν τα δομικά στοιχεία μιας διαφήμισης.
- Να αναζητήσουν και να καταγράψουν την ερμηνεία των όρων που αφορούν τη διαφήμιση και τα δομικά της στοιχεία.
- Να συγκεντρώσουν τις απαντήσεις που βρήκαν σε ένα γλωσσάρι-οδηγό.

B) Ως προς τη χρήση των Νέων Τεχνολογιών

Οι μαθητές:

- Να καταγράψουν τις λέξεις που σχετίζονται με τη διαφήμιση σε εννοιολογικό χάρτη.
- Να δημιουργήσουν πίνακες στον επεξεργαστή κειμένου.
- Να αναζητήσουν στο διαδίκτυο, σε ψηφιακά λεξικά και ψηφιακές εγκυκλοπαίδειες τα λήμματα που αφορούν στη διαφήμιση.

Γ) Ως προς τη μαθησιακή διαδικασία

- Να προωθηθεί η συνεργατική μάθηση και η επικοινωνία μεταξύ των μαθητών.
- Να ενθαρρυνθεί ο διάλογος και η ανάπτυξη της επιχειρηματολογίας τους.

1.7 ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ

Μία (1) διδακτική ώρα.

2. ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

2.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Το σενάριο περιλαμβάνει παιδαγωγικές δραστηριότητες αξιοποίησης τεχνολογικών εργαλείων ΤΠΕ μέσα από τις οποίες εντοπίζονται οι όροι - έννοιες - λέξεις που “φτιάχνουν” το γλωσσάρι της διαφήμισης. Οι δραστηριότητες είναι δομημένες σύμφωνα με το κριτικό - χειραφετικό γνωσιακό ενδιαφέρον, όπου η γνώση είναι μια κοινωνική κατασκευή. Είναι εμφανείς οι αρχές του κοινωνικού εποικοδομισμού με τον οποίο οι μαθητές μέσα από την αυτενεργό εξερεύνηση, οικοδομούν τη γνώση με βάση τις εμπειρίες τους και τις διαδράσεις τους στον κόσμο. Ο εκπαιδευτικός λειτουργώντας καθοδηγητικά / συμβουλευτικά και ως διαμεσολαβητής της γνώσης, σταδιακά δίνει πεδίο δράσης στους μαθητές, ώστε με αυτενέργεια και ανάληψη πρωτοβουλιών να αναζητήσουν και να ανακαλύψουν νέες εμπειρίες, νέες δεξιότητες και γνώσεις.

2.2 ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΜΕ ΤΠΕ

Οι ΤΠΕ δίνουν τη δυνατότητα στους μαθητές να διευρύνουν τις γνώσεις τους για το θέμα που εξετάζεται και να διερευνήσουν με διάφορους τρόπους (διαδίκτυο, συμβατικά/ηλεκτρονικά λεξικά, ηλεκτρονικές εγκυκλοπαίδειες), να κατανοήσουν και να συσχετίσουν τους όρους-λέξεις της διαφήμισης (εννοιολογικός χάρτης), να οργανώσουν και να καταγράψουν τις σκέψεις τους (επεξεργαστής κειμένου)

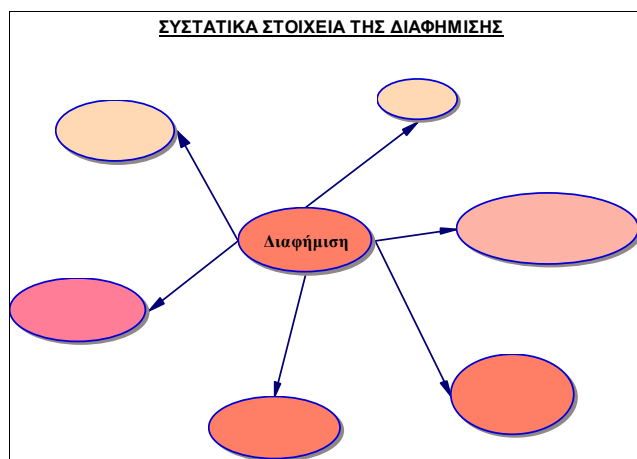
2.4 ΤΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΣΕΝΑΡΙΟ

Δραστηριότητα: «Δημιουργώ γλωσσάρι για τη διαφήμιση»

Η κεντρική ιδέα αυτής της δραστηριότητας είναι η **αποσαφήνιση των όρων** που αφορούν στη διαφήμιση. Οι 20 μαθητές της ΣΤ΄ τάξης του Σχολείου, χωρισμένοι σε ομάδες των 4, αναλαμβάνουν να καταγράψουν ορισμούς, λέξεις, έννοιες που αφορούν στη διαφήμιση. Θα ανατρέξουν στο διαδίκτυο, σε λεξικά του σχολείου τους, σε ηλεκτρονικά λεξικά και σε ηλεκτρονικές εγκυκλοπαίδειες. Αφού συγκεντρώσουν το υλικό τους θα οργανώσουν ένα γλωσσάρι με συνοπτική εξήγηση με τον κάθε όρο καθώς και τις πηγές από τις οποίες προήλθε η συλλογή των πληροφοριών τους.

▪ Όλες οι ομάδες στην ολομέλεια της τάξης (1^ο ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ)

Οι μαθητές μέσα από καταγισμό ιδεών (brainstorming) καλούνται να εντοπίσουν **συστατικά στοιχεία** των διαφημίσεων που γνωρίζουν, να τα καταγράψουν και να τα οργανώσουν σε εννοιολογικό χάρτη.



- **Όλες οι ομάδες στην ολομέλεια της τάξης (2^ο ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ)**
Οι μαθητές καλούνται να αναζητήσουν την ερμηνεία των όρων «διαφήμιση», «προϊόν», «διαφημιστική εκστρατεία», «σλόγκαν», «μάρκα ή φίρμα», «καταναλωτής», «καταναλωτικό αγαθό» και «καταναλωτικό κοινό», να καταγράψουν τις απαντήσεις τους καθώς και τις πηγές από τις οποίες προήλθαν.



Ανάπτυξη παιδιού. Ανάπτυξη για όλους.

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης