
REKLAMA

REKLAMA

REKLAMA V MÉDIÍCH [stáhni lekci](#)

(Václav Kuba)

Lekce děti seznámí s pojmem reklama, určí několik typů reklamy, zmíní se o způsobu nasazování reklamy do médií. Slouží jako úvod do této problematiky.

ŽIVOT VE SVĚTĚ ZNAČEK! [stáhni lekci](#)

(Václav Ettler)

Lekce by měla žákům a studentům pomoci si uvědomit, jakou roli v našich životech hrají značky a značkové výrobky. Zamyslet se, jaké hodnoty pro nás značky mají, a jestli je to správné.

REKLAMA A MY [stáhni lekci](#)

(Jaroslav Matyáš)

Tato modelová hodina se zabývá tématem reklamy. Cílem je umožnit studentům, aby nahlédli pod pokličku principům mediálního trhu a uvědomili si součinnost médií a komerčního sektoru. Pokud jim ukážeme vztahy mezi finančními zdroji médií a obsahem médií, dokážou se lépe bránit manipulaci a dokážou si sami dělat názor na nabízené obsahy. Téma skrytých vlivů na mediální obsahy je velice složité a zahrnuje komplikované společenské i politické tlaky, proto se v tomto bloku zaměříme pouze na vztah médií a komerčního sektoru, jehož nejdůležitějším nástrojem, jak ovlivňovat média, je reklamní trh.

PROPAGANDA VS. REKLAMA [stáhni lekci](#)

(Monika Nováková)

Cíle lekce: porozumět pojmu „propaganda“, zasadit vznik moderní propagandy do historického kontextu, ve spojitosti s totalitními režimy

20. století, naučit žáky základní principy, které využívala a využívá propaganda, seznámit žáky s prostředky a nástroji propagandy, navodit otázku, zda existuje propaganda v současných demokratických společnostech, vysvětlit, že reklama v současné době funguje na některých principech, které používala propaganda totalitních režimů a proč, zkusit žáky uvažovat o tom, zda je to dobře nebo špatně

REKLAMA A UMĚNÍ [stáhni lekci](#)

(Petra Hojovcová)

Reklama a komerční sdělení nejrůznější podoby nás obklopují téměř všude. Řada analýz reklamy se již věnuje rozboru jejího obsahu, vhodnosti vzhledem k dopadu na cílovou skupinu, zvláštní pozornost je pak věnována klamavé reklamě. Autorka nabízí pohled na reklamu z jiného úhlu: představuje ji jako druh umění. Cílem lekce by mělo být vyvolání diskuse a vytvoření vlastního postoje k danému tématu.

GUERILLA MARKETING [stáhni lekci](#)

(Jakub Hein)

Cílem této lekce je obeznámení žáků s pojmem „guerilla marketing“, tzn. marketingem využívajícím netradičních postupů pro získání potenciálního zákazníka a s těmito postupy samotnými. Žáci si nejprve na základě konkrétních příkladů uvědomí, kdy a kde se s guerilla marketingem již setkali, a poté se sami pokusí nějaký projekt využívající principů guerilla marketingu navrhnout.