

## Název lekce: Proč (ne)chci být cool a in?

**Lektor:** Renata Vinklerová

**Určení:** 8. ročník ZŠ

**Časová dotace:** 80 minut

**Anotace:** Mladí lidé jsou atraktivní spotřebitelskou cílovou skupinou. Jsou snadno ovlivnitelní a utrácejí peníze více než kdykoliv v historii. V lekci se žáci seznámí s marketingovými nástroji, se kterými se vědomě či nevědomě setkávají. Přemýšlí nad tím co je trend a kdo je určuje. Jsou vedeni ke kritickému zhodnocení mediálního sdělení a rozpoznání manipulativní komunikace. V závěru se seznámí s novými typy reklamy: virální marketing, product placement, guerilla marketing.

### Cíle lekce:

- žák si uvědomuje manipulovatelnost mediálního sdělení
- žák kriticky přistupuje k mediálním informacím
- žák formuluje vlastní názory
- žák se seznámí s novými marketingovými technikami z oblasti propagace výrobků a služeb

### Žák v průběhu lekce rozvíjí:

- **mediální gramotnost** – kritické vnímání mediálního sdělení, rozvíjení schopnosti analytického přístupu k mediálním sdělením a kritického odstupu od nich, fungování a vliv médií ve společnosti, interpretace vztahu mediálních sdělení a reality
- **čtenářská gramotnost** – identifikování základních orientačních prvků v textu, porozumění a shrnutí mediálního sdělení
- **sociální kompetence** – spolupráce ve skupinách, diskuse v menších skupinách i celé třídě
- **komunikativní kompetence** – formulování vlastních názorů a jejich prezentace před skupinou

### Využité metody:

- přemýšlení ve dvojicích
- výklad
- skupinový brainstorming