

Kurz pro pedagogy všech typů škol a zájmových zařízení

Akreditace MŠMT



1. Název kurzu:

Prevence negativních dopadů reklamy a médií na děti a mládež

2. Obsah – podrobný přehled témat výuky:

Čas	Hod.	Téma	Lektor
Prevence negativních dopadů reklamy a médií na děti a mládež			
10.00-10.45	1	Seznámení účastníků, poučení o BOZP, PO	Ondřej Sedláček, DiS.
11.00-13.15	3	Teoretická část kurzu (přednáška - PPT prezentace): <ul style="list-style-type: none">- Úvod do problematiky reklamy a marketingu - názvosloví, vývoj- Psychologické a sociologické aspekty reklamního působení, etické kodexy- Způsoby oslovování cílové skupiny dětí a mládeže a následné chování této skupiny- Případové studie Diskuse a rozbor konkrétních příkladů	
14.00-15.30	2	Teoretická část kurzu (přednáška): <ul style="list-style-type: none">- Média – základní informace a charakteristiky- Propojení reklamy a médií- Percepce médií dětmi a mládeží- Způsoby prevence zavádějící interpretace Diskuse a rozbor konkrétních příkladů	
15.45-17.15	2	Praktická část kurzu (workshop): <ul style="list-style-type: none">- Analýza reklamních materiálů- Identifikace jednotlivých prvků reklamního sdělení a jejich persvazivní funkce- Možnosti prevence negativních dopadů Diskuse a vyhodnocení kurzu	

3. Forma:

Celkem 8 hod. Na začátku dopolední části kurzu obdrží účastníci studijní texty v tištěné formě a následně vyslechnou a shlédnou úvodní teoretickou část. Po ní bude následovat diskuse.

Odpolední část bude opět uvedena teoretickou přednáškou, po které přijdou na řadu názorné ukázky z dané problematiky.

Závěrečný interaktivní workshop bude věnován praktické činnosti účastníků pod vedením lektora.

4. Vzdělávací cíl:

Problematika negativních dopadů reklamy a médií na děti a mládež je dnes aktuální a velmi diskutované téma. Přesto si však pedagogové stále stěžují na nedostatek relevantních informací. Tento kurz se proto snaží doplnit a rozšířit vzdělání učitelů základních a středních škol, ale též dalších pracovníků - vedoucích školních družin, vedoucích mimoškolních aktivit pro děti a mládež ap., aby byli schopni vhodným způsobem dětem a mládeži tato úskalí adekvátně osvětlit.

Cílem kurzu je především seznámit účastníky s marketingovými (reklamními) postupy a nástroji, které jsou k ovlivňování dětí a mládeže dnes používány. Zcela zásadním přínosem pro účastníky je rovněž seznámení s fungováním médií, jejich pozitivními i negativními vlivy na dětskou a dospívající populaci a též na provázanost reklamy a médií.

V teoretických částech kurzu se účastníci nejprve seznámí s hlavními podobami marketingového (a reklamního) snažení firem, následně pak s jejich využíváním v médiích. Významná část teoretického výkladu je věnována psychologickým a sociologickým aspektům reklamního působení na děti a mládež. Je prokázáno, že děti vědomě reagují na reklamní sdělení již od zhruba tří let věku, v případě školních dětí je zase podstatný fenomén „party“ a „trendů“, a v neposlední řadě též internetu, sociálních sítí a jiných elektronických médií.

Učitelům a dalším pedagogickým pracovníkům přináší kurz informace, s jejichž pomocí mohou lépe svým žákům a studentům vysvětlit „skryté“ nástrahy reklamního světa. Obecně pak budou moci lépe ovlivnit „nákupní chování“, životní styl dětí a mládeže, což významně ovlivní kvalitu jejich dalšího života a jejich hodnotový systém.

Praktická část kurzu je věnovaná rozborům konkrétních ukázek reklamních materiálů (letáky, plakáty, obaly, reklamní předměty a audio-video materiály). Účastníci budou sami identifikovat a následně posuzovat jednotlivé prvky reklamních sdělení, jejich „skrytou“ psychologickou a sociologickou persvazivní funkci.

Kurz reaguje rovněž na velmi neuspokojivou situaci, kdy podle statistik věnují děti v průměru čtyři hodiny týdně sledování televize a videa a další desítky hodin hraní počítačových her a „brouzdání“ po internetu, což negativní dopady reklamy a médií výrazně umocňuje.

Učitelům všech předmětů (a rovněž vedoucím zájmových aktivit) kurz dává k dispozici účinné nástroje, s jejichž pomocí mohou přispět ke zlepšení této situace a k prevenci negativních dopadů reklamy a médií na cílovou skupinu dětí a mládeže.

5. Hodinová dotace: Prezenční výuka: 8 vyučovacích hodin.

6. Maximální počet účastníků a upřesnění cílové skupiny pedagogů:

Cílovou skupinou jsou pedagogové základních a středních škol a vedoucích mimoškolních aktivit pro děti a mládež.

Kurz je připraven pro skupinu 15 (max. 20) pedagogických pracovníků.

7. Plánované místo konání: Praha, popř. krajská a další větší města.

8. Lektor:

Ondřej Sedláček, DiS., lektor a konzultant v oboru komerční komunikace

Vzdělání:

1998 - 2001 Studium na Konzervatoři a VOŠ Jaroslava Ježka v Praze, obor: tvorba textu a scénáře, zakončeno úspěšnou obhajobou absolventské práce a získáním titulu: diplomovaný specialista.

1994 - 1996 Studium na Institutu základů vzdělanosti University Karlovy v Praze, obor: bakalářské studium humanitních věd.

1993 - 1994 Studium na VOŠ informačních služeb v Praze, obor: informační management.

Dosavadní pedagogická a lektorská činnost:

od 2008 Lektorská činnost v oboru reklama, marketing a média pro přímé klienty, vzdělávací agentury a školy. Dále publikační činnost v odborném tisku a vydání populárně naučné knihy „REKLAMA Triky, které vás dostanou“ (2009).

2004 - 2008 Pedagogická činnost na Soukromé VOŠ umění a reklamy Orange Factory v Praze (Teorie a dějiny reklamy, Masmédia, Reklamní texty).

9. Odborný garant:

Mgr. Dagmar Hartmannová, konzultantka v oboru dalšího vzdělávání se zaměřením na hodnocení kvality, předsedkyně rady o. s. Citrin, sdružení pro osobní rozvoj.

10. Materiální a technické zabezpečení:

Kurz proběhne v komplexně vybavených prostorách vhodných pro tento typ vzdělávací akce.

Lektor bude mít k dispozici notebook s dataprojektorem a připojením k internetu, flip-chart a další potřebné didaktické aj. materiály (mj. powerpointové prezentace ve vytištěné i elektronické podobě, ukázky materiálů aj.).

Účastníci budou vybaveni studijními materiály připravenými lektorem a podle potřeby kancelářskými potřebami.

Během kurzu se účastníci seznámí též s dalšími doporučenými materiály, které si budou moci zakoupit či stáhnout z webu (viz níže).

11. Způsob vyhodnocení akce:

Na počátku kurzu dotazování ohledně přínosu vzdělávací akce.

Na konci kurzu vyplnění evaluačního dotazníku účastníky.

12. Cena: 960 Kč

13. Termíny:

19. 1. 2012 Praha

29. 3. 2012 Praha

Místo konání, rozvrh dne a další praktické informace budou dostupné nejpozději měsíc před konáním kurzu.