

ΣΧΕΔΙΟ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Σχ. Έτος: 2014-2015

ΣΧΟΛΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑ Α΄ ΑΡΣΑΚΕΙΟ ΓΕΝΙΚΟ ΛΥΚΕΙΟ ΨΥΧΙΚΟΥ

Ο ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

«Η δύναμη της διαφήμισης: πώς επιδρά στην καταναλωτική συμπεριφορά»

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ (ΠΕ)	ΔΙΑΤΙΘΕΜΕΝΕΣ ΩΡΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΕ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΑ ΕΤΗ (ΝΑΙ/ΟΧΙ)	ΣΧΕΤΙΚΗ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ (ΦΟΡΕΑΣ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ)
Σούσου Άρτεμις	ΠΕ15	2	ΝΑΙ	

ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Α. ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ, ΣΑΦΩΣ ΔΙΑΤΥΠΩΜΕΝΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

(Μέχρι 250 λέξεις):

Η δύναμη της διαφήμισης προξενεί αυξημένο ενδιαφέρον στους νέους, καθώς επιδρά έντονα στα καταναλωτικά τους πρότυπα.

Σκοποί

- Να διερευνήσουμε τις απόψεις των νέων για τις διαφημίσεις
- Να διαπιστώσουμε τον βαθμό επιρροής
- Να διαπιστώσουμε τα πρότυπα που προβάλλουν
- Να αντιληφθούμε τη σχέση διαφήμισης και καταναλωτισμού
- Να κατανοήσουμε τις μεθόδους προστασίας από παραπλανητικές διαφημίσεις.

Ερευνητικά Ερωτήματα

1. «Καλή» και «κακή» διαφήμιση
2. «Γκρίζα» διαφήμιση
3. Τρόποι που οι διαφημιστές εμφανίζουν τα προϊόντα τους

Β. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ (κριτήρια επιλογής θέματος, συσχέτιση με διδασκόμενα μαθήματα, αναμενόμενα μαθησιακά οφέλη κ.λπ., ενδεικτικά μέχρι 300 λέξεις).

Κύκλος: «Τέχνη και Πολιτισμός»

Εμπλεκόμενα Μαθήματα: Οικιακή οικονομία, Τεχνολογία, Πληροφορική, Λογοτεχνία, Νεοελληνική Γλώσσα, Ιστορία

- Προωθεί αγαθά και επηρεάζει το κοινό προς την κατεύθυνση της αγοράς ενός προϊόντος
- Προωθεί νέες αντιλήψεις και πρακτικές
- Προβάλλει στερεότυπα και αξίες
- Έχει εισχωρήσει σε κάθε εμφάνιση της ανθρώπινης δραστηριότητας και κατέχει σημαντική θέση
- Προσφέρει με γοητευτικό και ελκυστικό τρόπο απλές ιστορίες και εξηγήσεις που μεταφέρουν αξίες και ιδανικά
- Για να το πετύχει πολλές φορές εκμεταλλεύεται τις περιβαλλοντικές ανησυχίες των ανθρώπων και τη συναισθηματική τους φόρτιση

Γ. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΗΓΩΝ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ, ΜΕΘΟΔΟΥ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΑΚΟΛΟΥΘΗΘΕΙ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ ΑΠΟΦΕΥΧΘΟΥΝ ΦΑΙΝΟΜΕΝΑ ΑΝΤΙΓΡΑΦΗΣ (μέχρι 200 λέξεις)

Μέσω της διαδικασίας της βιωματικής δράσης:

- Προωθείται η διερευνητική, ενεργητική – βιωματική διαδικασία μάθησης
- Η ομαδοσυνεργατική οργάνωση των μαθητών
- Η καλλιέργεια ανάληψης πρωτοβουλιών από τους μαθητές
- Η ανάπτυξη της κριτικής σκέψης
- Η διατύπωση της κριτικής σκέψης
- Η διατύπωση τεκμηριωμένων απαντήσεων
- Η εξέλιξη της διδασκαλίας ανάλογα με τα ενδιαφέροντα των μαθητών

Με αυτή τη διαδικασία ο μαθητής τοποθετείται στην κοινωνία, στην οποία συνειδητοποιεί τα προβλήματα και ευαισθητοποιείται για την αναζήτηση λύσεων

Δ. ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥ ΤΕΧΝΗΜΑΤΟΣ (μέχρι 200 λέξεις)

Αναμενόμενα αποτελέσματα

- Οι μαθητές να δουν, να αναλύσουν και να αξιολογήσουν σύγχρονες και παλιότερες διαφημίσεις και να μάθουν να αντιμετωπίζουν κριτικά τη διαφήμιση
- Να δουν και να αξιολογήσουν τις διαφορές της σύγχρονης διαφήμισης σε σχέση με τις διαφημίσεις του περασμένου αιώνα, όσο αφορά το ρόλο του περιβάλλοντος
- Να γνωρίσουν τις περιβαλλοντικές και οικολογικές διαφημίσεις και να κατανοήσουν τη διαφορά τους
- Να ασκηθούν στην περιγραφή και στον προφορικό και γραπτό λόγο
- Να αναλάβουν δράση με παραγωγή και δημοσιοποίηση σχετικών κειμένων ή μηνυμάτων
- Να δουν στον Η/Υ διάφορες διαφημίσεις και να προσπαθήσουν από την εικόνα να μαντέψουν τι διαφημίζεται
- Τα παιδιά να επιλέξουν ένα προϊόν, το οποίο θα προσπαθήσουν να διαφημίσουν

Ε. ΠΟΡΟΙ – ΥΛΙΚΑ – ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ-ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ-ΠΡΟΣΚΛΗΣΕΙΣ ΕΙΔΙΚΩΝ

Επίσκεψη σε διαφημιστικές εταιρείες και σε εταιρείες γραφιστικής, προβολή ταινιών στα εργαστήρια πληροφορικής

ΣΤ. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Χρυσαφίδης, Κ. (2000), Βιωματική-Επικοινωνιακή Διδασκαλία. Η εισαγωγή της Μεθόδου project στο σχολείο, Αθήνα: Gutenberg
2. Αναστασάτος, Ν. (2005). Σχολείο και Περιβάλλον από τη θεωρία στην πράξη. Γ. Ξανθάκου, Φ. Μονks, & Μ. Καΐλα. (Επιμ. σειράς). Αθήνα : Ατραπός
3. Frey, K. (1986). Η μέθοδος project. Θεσσαλονίκη: Κυριακίδης
4. Γεωργόπουλος, Α., & Τσαλίκη, Ε. (2003). Περιβαλλοντική Εκπαίδευση (5η Έκδοση). Αθήνα : Gutenberg
5. Παρασκευόπουλος, Σ., Κορφιάτης Κ. (2003), Περιβαλλοντική Εκπαίδευση Θεωρία και μέθοδοι, Θεσσαλονίκη: Χριστοδουλίδη
6. Ματσαγγούρας, Η. (1995). Ομαδοκεντρική διδασκαλία και μάθηση. Αθήνα: Μ. Π.Γρηγόρης
7. Γεωργόπουλος, Α. & Τσαλίκη, Ε. (1993): Περιβαλλοντική Εκπαίδευση. Αρχές, Φιλοσοφία, Μεθοδολογία, Παιχνίδια και Ασκήσεις, Gutenberg.
8. Δουλκέρη, Τ. (2003). Κοινωνιολογία της Διαφήμισης. Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
9. Dyer, Gillian (1992). Η διαφήμιση ως επικοινωνία/ μετ: Αγγελική Σπυροπούλου. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη, σελ.10
10. Φλογαΐτη, Ευγενία (1998). Περιβαλλοντική Εκπαίδευση. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα

11. <http://el.wikipedia.org/wiki/Διαφήμιση>
12. <http://www.ekpizo.gr/>
13. <http://www.see.gr>
14. <http://ekpedeftikos.com>
15. <http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/katanalosi/katanalosi4.htm>
16. <http://www.law.uoa.gr/epaek/i+oikologiki+diafimisi.htm>
<http://www.dolceta.eu/greece/index.php>

Ζ. ΣΧΟΛΙΑ, ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΡΟΙ ΣΧΟΛΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΗΣ
ΕΥΘΥΝΗΣ