



ZÁKLADNÍ ŠKOLA OLOMOUC

příspěvková organizace

MOZARTOVA 48, 779 00 OLOMOUC

tel.: 585 427 142, 775 116 442; fax: 585 422 713

email: kundrum@centrum.cz; www.zs-mozartova.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Projekt: ŠKOLA RADOSTI, ŠKOLA KVALITY

Registrační číslo projektu: CZ.1.07/1.4.00/21.3688

EU PENÍZE ŠKOLÁM

Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost



ZÁKLADNÍ ŠKOLA OLOMOUČ

příspěvková organizace

MOZARTOVA 48, 779 00 OLOMOUČ

tel.: 585 427 142, 775 116 442; fax: 585 422 713

email: kundrum@centrum.cz; www.zs-mozartova.cz

Autor:	<i>Mgr. Lenka Panglová</i>
Vzdělávací oblast:	<i>Člověk a jeho svět</i>
Vzdělávací obor:	<i>Přírodověda</i>
Vyučovací předmět:	<i>Přírodověda</i>
Ročník:	<i>5.</i>
Tematická oblast:	<i>Ochrana člověka a přírody</i>
Téma hodiny:	<i>Reklamní vlivy</i>
Označení DUM:	<i>VY_32_INOVACE_26.13.PAN.PR.5</i>
Vytvořeno:	<i>10. 03. 2014</i>

BIG SALE

Reklama

- ❖ informuje o existenci místa nebo výrobku
- ❖ přitahuje pozornost (populární osobnosti, humor, hudba, lákavá cena)
- ❖ nabádá ke koupi nepotřebných věcí nebo produktů, které bychom si běžně nezamýšleli koupit (= konzumní společnost)
- ❖ může uvádět nekompletní, nepřesné či nepravdivé informace o produktu
- ❖ ovlivňuje životní styl



Zdroje reklamy

- T

- L

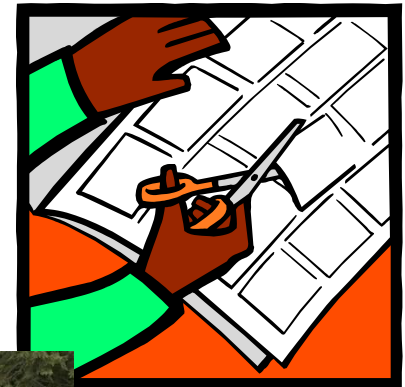
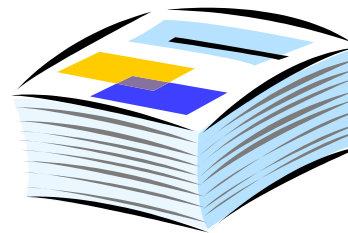
- Na Č

- B

- R

- I

- ...



Rizikové skupiny

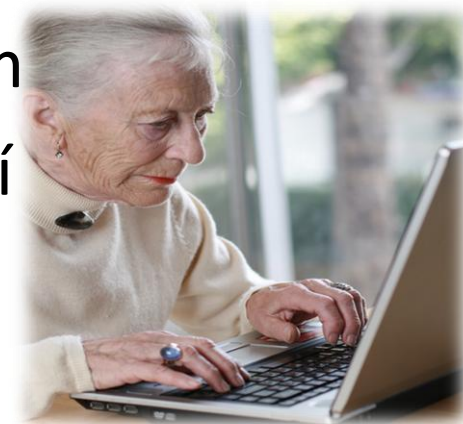
Děti

- Nemají zkušenosti a kritické myšlení
- Utváří si své názory
- Následují vzor rodičů
- Chtějí zapadnout mezi vrstevníky

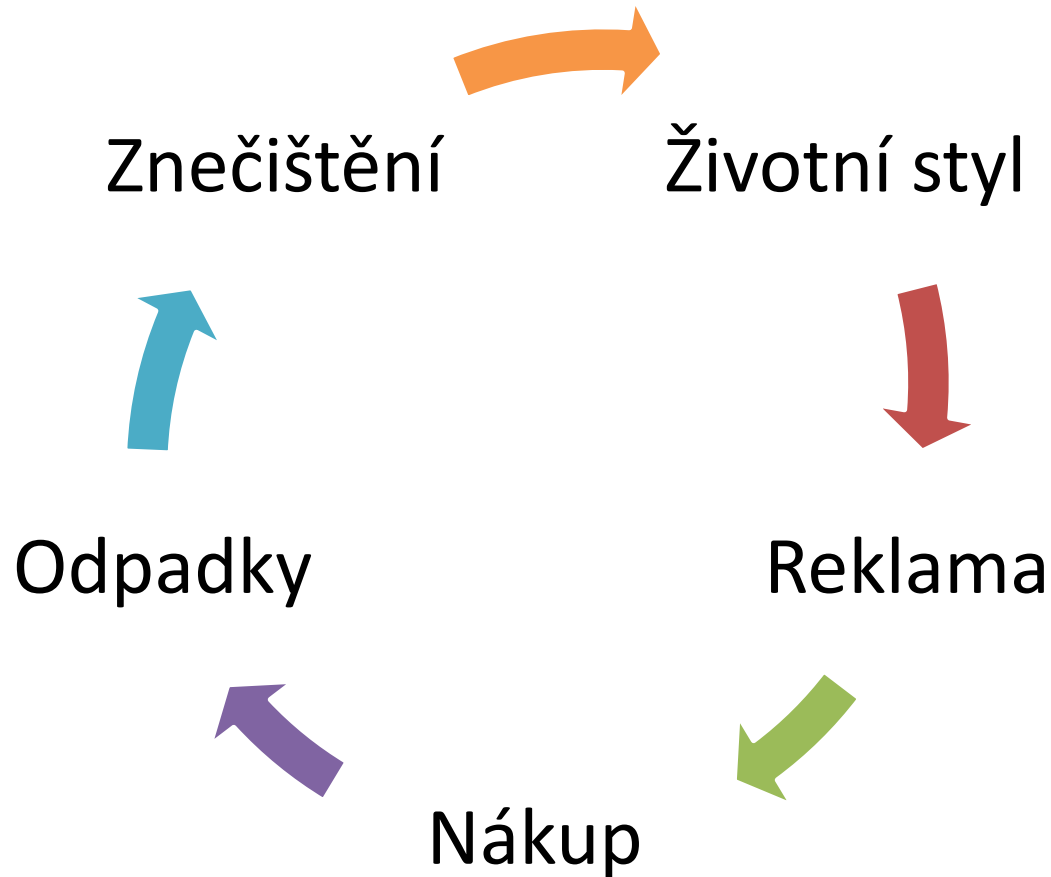


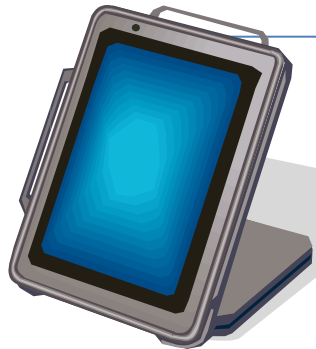
Senioři

- Zažili dobu nedostatku a zdražování
- Nemají dostatek zkušeností s triky obchodníků
- Chtějí udělat radost svým blízkým
- Jsou důvěřiví



Vliv reklamy na životní styl a životní prostředí





KVÍZ - Zkušenosti s reklamou

Odpovídejte ve dvojici.

- Co mi v životě chybí a potřeboval bych, aby mi to rodiče koupili?
- Co bych přál, aby mi rodiče koupili?
- Líbí se mi něco z reklamy?
- Mám už něco, co jsem viděl v reklamě?
- Na kolik reklam si dokážu vzpomenout?
- Jaká je reklama je podle mého názoru nelepší?
- Mám už špatné zkušenosti s reklamou?



Slogan

= snadno zapamatovatelné heslo

AirBank. I banku můžete mít rádi.

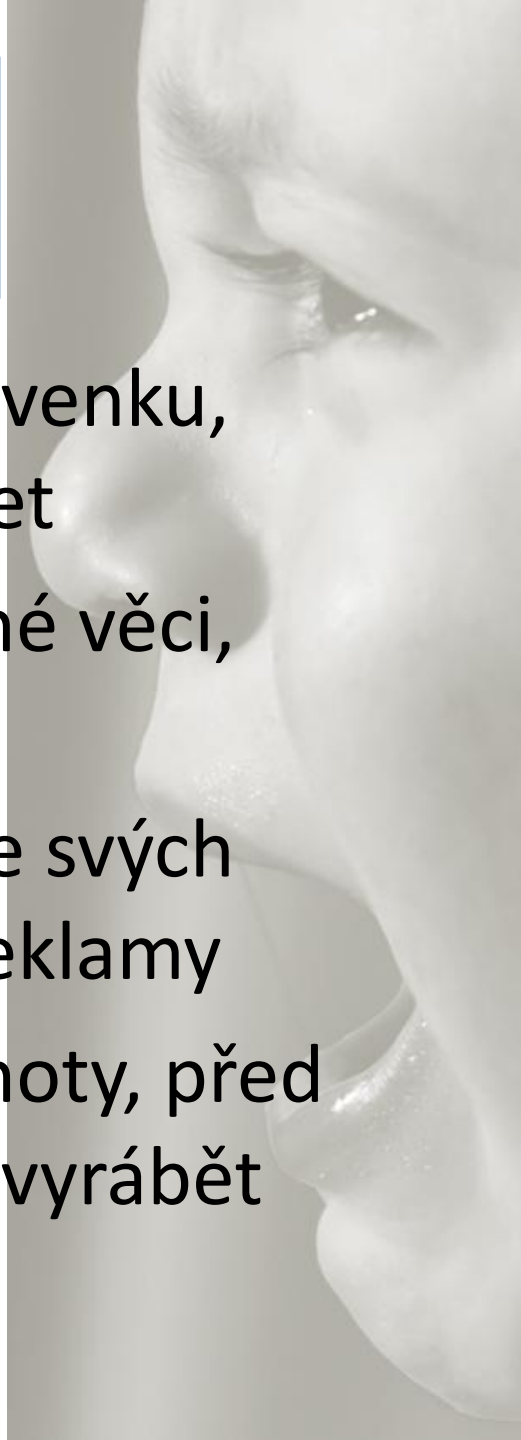
Škoda. Simply clever.

Když ji miluješ, není co řešit. Kofola.

I muži mají Své dny. Fernet stock.

Jak odolat?

- Dodržovat **zdraví životní styl** – pobyt venku, sportovní aktivity, omezit TV a internet
- **Uvědomělost** – zvážit potřebnost dané věci, posoudit její kvalitu
- **Sebevědomí** – vážit si sám sebe podle svých vlastností, ne podle množství věcí z reklamy
- **Rodiče** – vytvářet u dětí vhodné hodnoty, před nákupem stanovit pravidla, společně vyrábět hračky aj.





ZÁKLADNÍ ŠKOLA OLOMOUC

příspěvková organizace

MOZARTOVA 48, 779 00 OLOMOUC

tel.: 585 427 142, 775 116 442; fax: 585 422 713

email: kundrum@centrum.cz; www.zs-mozartova.cz

Seznam použité literatury a pramenů:

BOUILLOT-JAUGEYOVÁ, I. Lidské tělo. Praha : Albatros, 2005. ISBN 80-00-01578-1, s. 7.

KOTRBA, F. Vliv reklamy na životní styl dětí. In: [online]. České Budějovice, 2013 [cit. 2014-03-09]. Dostupné z: http://www.szu.cz/uploads/documents/czsp/seminare/Vliv_reklamy_na_zivotni_styl_deti.pdf

Použité zdroje:

Obrazový materiál je použit z galerie obrázků a klipartů Microsoft Office.