



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

**Επιστήμες της Αγωγής
& της Εκπαίδευσης**

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Σχολικός Συνεταιρισμός

Ειδική Διδακτική Μεθοδολογία- Διδακτική Οικονομικών Μαθημάτων

Μέλη ομάδας: Κοντέα Άννα (Αριθμός Μητρώου: 4150049)
Πεφάνη Ελένη (Αριθμός Μητρώου: 4140124)
Δρίτσουλα Ελευθερία (Αριθμός Μητρώου: 4140029)
Παπαχίου Μαρία-Αντωνία (Αριθμός Μητρώου: 2140196)
Κουρμέντζα Δήμητρα (Επικεφαλής) (Αριθμός Μητρώου: 2140514)

Αθήνα 2019

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη Κειμένου	3
Εκπαιδευτικό πλαίσιο υλοποίησης διδακτικής ενότητας	4
Γεωγραφική Περιοχή	4
Τύπος Σχολείου	4
Προφίλ Μαθητών	4
Τίτλος διδακτικής ενότητας και επιμέρους χαρακτηριστικά της	4
Τίτλος Ενότητας	4
Επιμέρους ενότητες διδασκαλίας.....	4
Μάθημα, τάξη και σύνολο ωρών εφαρμογής των διδακτικών εννοιών	5
Εκπαιδευτικοί της στόχοι διδακτικής ενότητας	5
Αναλυτικό περιεχόμενο διδακτικής ενότητας-Επιμέρους υποενότητες.....	6
Τελικές διαφημίσεις μαθητών	9
Εκπαιδευτικές τεχνικές και τα εποπτικά μέσα	9
Διδακτικό υλικό και τα φύλλα εργασίας	10
Διδακτικό Υλικό.....	10
Φύλλα Εργασίας	10
Πίνακας Αναλυτικού Σχεδιασμού Διδακτικής Ενότητας	10
Ερωτηματολόγιο	13
Διδακτικό υλικό τρίτης και τέταρτης ώρας διδασκαλίας	15
Φύλλα εργασίας τεσσάρων θεματικών εννοιών	20
ΟΜΑΔΑ 1.....	20
ΟΜΑΔΑ 2.....	23
ΟΜΑΔΑ 3.....	24
ΟΜΑΔΑ 4.....	25

Περίληψη Κειμένου

Στην εν λόγω εργασία, παρουσιάζεται ο σχεδιασμός μιας διδακτικής ενότητας από το μάθημα «Πολιτική Παιδεία» της Α' Λυκείου, με θέμα το **Σχολικό Συνεταιρισμό «Διαφημίζοντας τον τόπο μας»**, η οποία πρόκειται να υλοποιηθεί με την μέθοδο δράσης/project στα πλαίσια του μαθήματος στη Β' Βάθμια Εκπαίδευση.

Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάζεται η διδακτική ενότητα που αφορά την οικονομία και ακριβέστερα αφορά, το κύριο οικονομικό πρόβλημα, τις ανάγκες, καθώς επίσης τα αγαθά και το καταναλωτικό πρότυπο των οικονομικών. Η διάρκεια της εν λόγω διδακτικής ενότητας είναι συνολικά οκτώ(8) ώρες όπου θα περιγράφονται τα εξής βασικά στοιχεία:

- a. Το εκπαιδευτικό πλαίσιο στο οποίο υλοποιείται αυτή η διδακτική ενότητα, δηλαδή η γεωγραφική περιοχή, ο τύπος σχολείου, καθώς επίσης και το προφίλ των μαθητών)
- b. Ο τίτλος της διδακτικής ενότητας, η ενότητα την οποία πραγματεύεται η εν λόγω εργασία, το μάθημα στο οποίο συμπεριλαμβάνεται αυτή η διδακτική ενότητα, την τάξη στην οποία υλοποιείται, καθώς επίσης και τη συνολική διάρκειά της(της διδασκαλίας αυτής της ενότητας).
- c. Επιπλέον θα αναλυθούν οι εκπαιδευτικοί στόχοι που επιδιώκονται να πραγματοποιηθούν μέσα από αυτόν το σχεδιασμό της διδακτικής ενότητας.
- d. Το αναλυτικό της περιεχόμενο της, δηλαδή οι επιμέρους υποενότητές της.
- e. Οι εκπαιδευτικές τεχνικές και τα εποπτικά μέσα που θα χρησιμοποιήσουμε
- f. Το διδακτικό υλικό και τα φύλλα εργασίας που θα χρησιμοποιήσουμε.

Εκπαιδευτικό πλαίσιο υλοποίησης διδακτικής ενότητας

Γεωγραφική Περιοχή

Η γεωγραφική περιοχή στην οποία λαμβάνει χώρα ο εν λόγω σχεδιασμός της διδακτικής ενότητας με θέμα **Σχολικός Συνεταιρισμός**, είναι στο νησί της Νάξου.

Τύπος Σχολείου

Ο τύπος του σχολείου στα πλαίσια του οποίου διοργανώνεται αυτός ο σχολικός συνεταιρισμός, είναι ένα γενικό λύκειο της Νάξου, το οποίο βρίσκεται στη Χώρα.

Προφίλ Μαθητών

Το προφίλ των μαθητών οι οποίοι απαρτίζουν τη συγκεκριμένη τάξη του σχολείου και οι οποίοι θα διδαχθούν τη διδακτική αυτή ενότητα με θέμα το Σχολικό Συνεταιρισμό, είναι μαθητές λυκείου, ηλικίας 15 έως 16 ετών.

Τίτλος διδακτικής ενότητας και επιμέρους χαρακτηριστικά της

Τίτλος Ενότητας

Ο τίτλος της ενότητας της οποίας ο σχεδιασμός υλοποιείται σύμφωνα με το θέμα του Σχολικού Συνεταιρισμού είναι(βάση του σχολικού εγχειριδίου): **«4.1 Το κύριο οικονομικό πρόβλημα»**.

Επιμέρους ενότητες διδασκαλίας

Οι επιμέρους ενότητες οι οποίες απαρτίζουν την κύρια ενότητα του τέταρτου(4^{ου}) κεφαλαίου είναι οι εξής: **«4.1.1. Οι ανάγκες»** και **«4.1.2 Τα αγαθά- το καταναλωτικό πρότυπο»**.

Μάθημα, τάξη και σύνολο ωρών εφαρμογής των διδακτικών ενότητων

Το μάθημα στο οποίο θα πραγματοποιηθεί αυτός ο σχεδιασμός της διδακτικής ενότητας με θέμα **Σχολικός Συνεταιρισμός**, είναι το μάθημα «**Πολιτική Παιδεία- Α' Γενικού Λυκείου και ΕΠΑ.Λ.**».

Παράλληλα, η τάξη στην οποία θα υλοποιηθεί ο συγκεκριμένος σχεδιασμός διδασκαλίας είναι ένα τμήμα μικτής ικανότητας και η συνολική διάρκεια της διδασκαλίας αυτής θα είναι οκτώ(8) διδακτικές ώρες.

Εκπαιδευτικοί της στόχοι διδακτικής ενότητας

Οι στόχοι που αναμένονται να επιτευχθούν μετά το πέρας αυτού του σχεδιασμού της διδασκαλίας με θέμα Σχολικός Συνεταιρισμός, διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

- ✓ Τους **Γενικούς στόχους**.
- ✓ Τους **ειδικούς στόχους**.
- ✓ **Ειδικούς εκπαιδευτικούς στόχους**.

Ποιο συγκεκριμένα οι **γενικοί στόχοι** περιλαμβάνουν τα εξής:

- i. Έχοντας υπόψη τους σκοπούς και τους στόχους που προβλέπει ο νόμος 1566/85 για τους Σχολικούς Συνεταιρισμούς στο άρθρο 46 αλλά και την Υ.Α. (ΦΕΚ 1107/1997 - Αριθ.Φ3/1085/Γ1/1456)(ίδρυση-καταστατικό-κανονισμός) η λειτουργία ενός μαθητικού σχολικού συνεταιρισμού αποτελεί ένα από τα ιδανικότερα μέσα βιωματικής μάθησης διευκολύνει το άνοιγμα του σχολείου προς τη κοινωνία, επιτυγχάνει την αρμονική κοινωνικοποίηση των μαθητών, εφαρμόζει τις αμεσοδημοκρατικές διαδικασίες, αποκομίζει «οικονομικά οφέλη» για το σχολείο και ενισχύει την αυτοδιαχείριση και αυτοδιάθεση της σχολικής μονάδας, δίνοντας το παράδειγμα του πραγματικού εθελοντισμού και της κοινωνικής προσφοράς.
- ii. Επίσης ένας Σχολικός Συνεταιρισμός ευαισθητοποιεί τους γονείς και τα παιδιά και η συμμετοχή τους γίνεται παράδειγμα προς τη τοπική κοινωνία.

- iii. Τα προαναφερθέντα οφέλη ενισχύουν αυτή την ελεύθερη πρωτοβουλία για ένα ανοικτό και δημοκρατικό σχολείο με στόχο τη δημιουργική συλλογιστική, τη συνεργασία και τη βιωματική μάθηση.

Στη συνέχεια οι ειδικοί στόχοι ουσιαστικά προσδιορίζουν το γεγονός ότι τα παιδιά ανακαλύπτουν την οικονομία και την επιχειρηματικότητα, ενώ πιο συγκεκριμένα οι ειδικοί εκπαιδευτικοί στόχοι εκφράζουν ότι οι μαθητές μετά από το πέρας αυτής της διδασκαλίας θα είναι σε θέση:

- a. Να ορίζουν τις ανάγκες των ατόμων.
- b. Να απαριθμούν τις ιδιότητες των αναγκών.
- c. Να ορίζουν το κύριο οικονομικό πρόβλημα.
- d. Να διαχωρίζουν τα υλικά αγαθά σε καταναλωτά και διαρκή.
- e. Να περιγράφουν τους όρους καταναλωτική κοινωνία και καταναλωτικό πρότυπο.
- f. Να αναγνωρίζουν τη συμβολή της διαφήμισης στη διαμόρφωση του καταναλωτικού προτύπου.

Αναλυτικό περιεχόμενο διδακτικής ενότητας-Επιμέρους υποενότητες

Ο τρόπος δόμησης της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας, η οποία θα είναι διάρκειας οκτώ (8) ωρών, θα ακολουθεί την εξής δομή:

Η **πρώτη διδακτική ώρα(1^η ώρα)** θα πραγματοποιηθεί από τον διδάσκοντα η διδασκαλία της ενότητας η οποία αφορά το κύριο οικονομικό πρόβλημα και πιο συγκεκριμένα θα γίνει η ανάπτυξη της υποενότητας «4.1.1 Οι ανάγκες», καθώς επίσης και ενός τμήματος της υποενότητας «4.1.2 Τα αγαθά- το καταναλωτικό πρότυπο». Αρχικά, ο εκπαιδευτικός με τη βοήθεια των μαθητών θα ορίσει το κύριο οικονομικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι οικονομίες των χωρών παγκοσμίως. Στη συνέχεια, θα δώσει τον ορισμό των αναγκών τονίζοντας τη σπουδαιότητα της ιεράρχησής τους με στόχο την καλύτερη ικανοποίηση των ατόμων στις διάφορες κοινωνίες, επισημαίνοντας τα βασικά χαρακτηριστικά τα οποία απαρτίζουν το σύνολο των αναγκών. Επιπλέον, περνώντας πια στην επόμενη υποενότητα που αφορά τα αγαθά και το καταναλωτικό πρότυπο, ο διδάσκων έχοντας επισημάνει τη σημασία που έχουν οι ανάγκες για τον άνθρωπο, για την ικανοποίηση των οποίων απαιτείται η χρήση αγαθών(τόσο υλικών, όσο

και άυλων), μέσω της διαδικασίας του καταιγισμού ιδεών θα καθοδηγήσει τους μαθητές ώστε να εντυπώσουν τη διάκριση των αγαθών σε καταναλωτά και διαρκή. Κλείνοντας αυτήν την πρώτη ώρα διδασκαλίας αυτής της διδακτικής ενότητας, οι μαθητές, μέσα από τις γνώσεις που αποκόμισαν από το εν λόγω μάθημα θα σχεδιάσουν, στα πλαίσια της σχολικής τάξης, ένα ερωτηματολόγιο, με θέμα «Καταναλωτικές ανάγκες Νάξου». Το ερωτηματολόγιο αυτό θα απευθύνεται σε ένα δείγμα από 100 άτομα τα οποία είναι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων ή μέλη κάποιου συνεταιρισμού. Εφόσον πραγματοποιηθεί ο σχεδιασμός και η οριστική μορφή του ερωτηματολογίου από τους μαθητές της τάξης, στη συνέχεια θα τυπωθεί στο τυπογραφείο της τάξης και θα μοιραστεί σε άτομα που ανήκουν σε κάποια από τις προαναφερθέντες κατηγορίες ανθρώπων στο νησί της Νάξου.

Περνώντας στη **δεύτερη διδακτική ώρα(2^η ώρα)** της διδασκαλίας αυτής της διδακτικής ενότητας, οι μαθητές, σε συνεργασία με τον εκπαιδευτικό τους, έχοντας συλλέξει τα ερωτηματολόγια που μοίρασαν, θα πραγματοποιήσουν ανάλυση των αποτελεσμάτων τους(των ερωτηματολογίων), συνδεδεμένα τα με τη γνώση που αποκόμισαν από την προηγούμενη διδακτική ώρα. Εφόσον λάβει χώρα αυτή η διαδικασία, ο διδάσκων, θα πραγματοποιήσει τη διδασκαλία του δεύτερου μέρους της υποενότητας η οποία αφορά τα αγαθά και το καταναλωτικό πρότυπο, ορίζοντας στους μαθητές τις έννοιες «καταναλωτικό πρότυπο» και «καταναλωτική κοινωνία», καθώς επίσης και την έννοια της διαφήμισης. Έχοντας διδαχθεί λοιπόν οι μαθητές, την έννοια του καταναλωτικού προτύπου από τον εκπαιδευτικό τους, θα φτιάξουν(οι μαθητές), μέσα από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων τους, το καταναλωτικό πρότυπο του νησιού. Αυτό έρχεται λοιπόν να συνδεθεί με το σχολικό συνεταιρισμό, όπου βάση του ερωτηματολογίου που κατασκεύασαν και του οποίου τις απαντήσεις επεξεργάστηκαν, οι μαθητές μαζί με τον διδάσκοντά τους θα προσανατολίσουν το σχολικό τους συνεταιρισμό.

Στη συνέχεια ακολουθεί η **τρίτη διδακτική ώρα(3^η ώρα)**, κατά την οποία ολοκληρώνεται και η δεύτερη υποενότητα η οποία σχετίζεται με τα αγαθά και το καταναλωτικό πρότυπο. Συγκεκριμένα, ο εκπαιδευτικός διδάσκει στους μαθητές τα θετικά και τα αρνητικά στοιχεία της διαφήμισης, καθώς επίσης(διδάσκει) τα μέσα και τις τεχνικές οι οποίες ακολουθούνται προκειμένου να υλοποιηθεί μία διαφήμιση. Στο τέλος λοιπόν αυτής της ώρας και εφόσον έχει πραγματοποιηθεί η παραπάνω διαδικασία, γίνεται ο σχεδιασμός των ομάδων οι οποίες θα απαρτίζουν το σχολικό συνεταιρισμό, ενώ στη συνέχεια διαμορφώνεται το πλάνο των ομάδων και ο προσδιορισμός τεσσάρων(4) θεματικών ενοτήτων, οι οποίες θα αποτελέσουν το αντικείμενο έρευνας κάθε μίας από τις ομάδες μαθητών που θα σχηματιστούν και θα παρουσιαστούν στο τέλος της εν λόγω εργασίας. Οι θεματικές αυτές αφορούν τη διαφήμιση α) τοπικών προϊόντων, β) του θαλάσσιου περιβάλλοντος, γ) πολιτιστικών μνημείων, δ) πολιτιστικών δρώμενων και παράδοσης. Συνολικά το συνεταιρισμό θα απαρτίζουν τέσσερις(4) ομάδες των πέντε(5) ατόμων, σε κάθε μία από την οποία θα αντιστοιχεί και μία θεματική ενότητα. Η επιλογή των θεματικών ενοτήτων για κάθε ομάδα θα πραγματοποιηθεί με κλήρωση,

έτσι ώστε να είναι αμερόληπτος ο τρόπος επιλογής των θεμάτων.

Ακολουθεί η **τέταρτη διδακτική ώρα(4^η ώρα)**, κατά την οποία ο εκπαιδευτικός ολοκληρώνει την εκμάθηση νέων γνώσεων στους μαθητές, μέσα από τη διδασκαλία της διαδικτυακής διαφήμισης και της ευαισθητοποίησης. Στη συνέχεια της ώρας αυτής, γίνεται η κλήρωση για το ποια θεματική καλείται να αναλάβει η κάθε ομάδα και μοιράζονται τα φύλλα εργασιών των τεσσάρων θεματικών ενότητων, τις οποίες καλούνται να επεξεργαστούν οι μαθητές. Μέσα από τα φύλλα αυτά οι μαθητές θα εργαστούν για να οργανώσουν τις ιδέες τους και να βρουν τις διαφημίσεις τους. Επομένως, η διδακτική αυτή ώρα ολοκληρώνεται μέσα από την πραγματοποίηση της κλήρωσης και τη διανομή των φύλλων.

Φτάνοντας στην **πέμπτη διδακτική ώρα(5^η ώρα)**, κάθε μία από τις ομάδες θα καταγράψει, μέσω της διαδικασίας του «καταιγισμού ιδεών», τις ιδέες τους γύρω από το θέμα, το οποίο ανέλαβαν να αναπτύξουν ως ομάδα για το σχολικό τους συνεταιρισμό, οργανώνοντας, αναλύοντας και προγραμματίζοντας κάθε μία από τις δράσεις που θα πραγματοποιήσουν, εκτός του σχολικού περιβάλλοντος, προκειμένου να συλλέξουν περισσότερες πληροφορίες και να ενημερωθούν σχετικά με το θέμα της θεματικής τους ενότητας. Επομένως, μετά το πέρας της πέμπτης διδακτικής ώρας (και εκτός του σχολικού περιβάλλοντος), κάθε ομάδα μαθητών του σχολικού συνεταιρισμού, σε συνεργασία με το σύλλογο γονέων του σχολείου τους, θα έρθουν σε επαφή με ειδικούς πάνω στα θέματα τα οποία αφορούν τη θεματική ενότητα, την οποία επεξεργάζονται, κανονίζοντας συναντήσεις και συγκεντρώνοντας το απαραίτητο υλικό για την υλοποίηση των ιδεών τους.

Στη συνέχεια ακολουθεί η **έκτη διδακτική ώρα(6^η ώρα)**, όπου κάθε μία από τις ομάδες του σχολικού συνεταιρισμού, θα παρουσιάσει τις υλοποιημένες ιδέες της σε μία επιτροπή. Η επιτροπή αυτή θα απαρτίζεται από το διευθυντή της σχολικής μονάδας, τον υπεύθυνο καθηγητή, τον υπεύθυνο του συλλόγου γονέων και κηδεμόνων του εν λόγω σχολείου, καθώς και από 3 άτομα που συμμετέχουν στο δεκαπενταμελές του σχολείου και έχουν επιλεγεί από αυτό. Με αυτόν τον τρόπο, οι μαθητές σε συνεργασία με τα μέλη της επιτροπής θα πραγματοποιήσουν μία ανατροφοδότηση με στόχο να βελτιώσουν τα σημεία των ιδεών τους τα οποία χρήζουν βελτίωση.

Εφόσον λοιπόν ολοκληρωθεί και η έκτη διδακτική ώρα, περνάμε στην **έβδομη διδακτική ώρα(7^η ώρα)**, όπου οι μαθητικές ομάδες του συνεταιρισμού, έχοντας υλοποιήσει και εφαρμόσει το στάδιο της ανατροφοδότησης, θα παρουσιάσουν, τις βελτιωμένες πλέον, ιδέες τους στο σύνολο των ατόμων που απαρτίζουν τη σχολική μονάδα, μέσα από μία εκδήλωση η οποία θα λάβει χώρα στα πλαίσια του σχολείου. Με αυτόν τον τρόπο οι μαθητές θα λάβουν την τελική έγκριση των ιδεών τους.

Τελειώνοντας, ακολουθεί η *όγδοη διδακτική ώρα(8^η ώρα)*, όπου πλέον οι μαθητικές ομάδες του σχολικού συνεταιρισμού περνάνε στην εξωτερική δράση τους, δηλαδή στην παρουσίαση των ιδεών τους στα άτομα, μέσα από το διαδίκτυο και την τηλεόραση.

Τελικές διαφημίσεις μαθητών

Διαφήμιση ομάδας 1: Δημιουργία νέου λογότυπου για την συσκευασία της γραβιέρας Νάξου, το οποίο τυπώθηκε στο τυπογραφείο της τάξης και σε συνεργασία με την ΕΑΣ Νάξου θα χρησιμοποιηθεί στη νέα διαφημιστική καμπάνια που ετοιμάζει η ΕΑΣ Νάξου με σκοπό την διαφήμιση των προϊόντων της.

Διαφήμιση ομάδας 2: Νέα δράση «Καθαρίζω την παραλία», κατά την οποία οι μαθητές επισκέφτηκαν και καθάρισαν παραλίες του νησιού και δημιούργησαν βίντεο στα αγγλικά με σλογκαν «Save the environment... It's your home, it's your shelter!». Το βίντεο αυτό αναρτήθηκε στο ταξιδιωτικό site του ταξιδιωτικού γραφείου ZAS Travel για διαφήμιση του νησιού και οικολογική ευαισθητοποίηση.

Διαφήμιση ομάδας 3: Οι μαθητές δημιούργησαν ένα βίντεο με την ιστορία της Πορτάρας, καθώς και τις δυο θεωρίες σχετικά με το ερώτημα “για ποιον αρχαίο θεό είχε χτιστεί τελικά ο ναός;” σε συνεργασία με την αρχαιολογική υπηρεσία της Νάξου, με καρτούν, έχοντας για σλογκαν «Βρες τη δική σου αλήθεια... ΕΠΙΣΚΕΨΟΥ ΤΗΝ ΠΟΡΤΑΡΑ!». Το βίντεο αυτό οι μαθητές ανάρτησαν στα social media και στο YouTube.

Διαφήμιση ομάδας 4: Νέα δράση «Δες την Παράδοση με άλλο μάτι!», όπου οι μαθητές σε συνεργασία με τον Δήμο Νάξου και Μικρών Κυκλάδων αλλά και με την εκπομπή Άρωμα Αιγαίου έκαναν αναπαράσταση των παραδοσιακών εθίμων των Κορδελάτων και των Κουδουνάτων. Η αναπαράσταση των μαθητών θα προβληθεί στην τηλεόραση μέσω της εκπομπής Άρωμα Αιγαίου την Καθαρά Δευτέρα για διαφήμιση του νησιού.

Εκπαιδευτικές τεχνικές και τα εποπτικά μέσα

Οι *εκπαιδευτικές τεχνικές* που χρησιμοποιήθηκαν για το σχεδιασμό της εν λόγω διδασκαλίας είναι αρχικά, η μικτή διδασκαλία η οποία περιλάμβανε διάλογο, ερωταπαντήσεις, καθώς επίσης και «καταιγισμό ιδεών». Στη συνέχεια υλοποιήθηκε και η διδασκαλία με την μέθοδο project, ενώ τα *εποπτικά μέσα* που χρησιμοποιήθηκαν για το σχεδιασμό και τη υλοποίηση της διδακτικής ενότητας με θέμα το Σχολικό Συνεταιρισμό ήταν τα εξής:

- Φωτοτυπίες.
- Πίνακας.
- Μαρκαδόροι.
- Προτζέκτορας.
- Laptop.

Διδακτικό υλικό και τα φύλλα εργασίας

Διδακτικό Υλικό

Το διδακτικό υλικό που αξιοποιήθηκε για την υλοποίηση του σχεδιασμού της διδακτικής ενότητας στα πλαίσια του Σχολικού Συνεταιρισμού ήταν:

- a) Το σχολικό εγχειρίδιο: Παύλος Φ. Μάραντος & Κώστας Ν. Θεριανός, «Πολιτική Παιδεία», Α' Τάξη Γενικού Λυκείου και ΕΠΑ.Λ., (2018), Εκδόσεις ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ.
- b) Arens W. , Arens C. , Weigold M. , & Schaefer D. , “Αποτελεσματική Διαφήμιση”, (2015), Εκδόσεις Rosilli

Φύλλα Εργασίας

Πέρα όμως από τα προαναφερθέντα εγχειρίδια έγινε χρήση ενός *ερωτηματολογίου* το οποίο θα παρουσιαστεί στο τέλος της εργασίας αυτής και *τεσσάρων(4^{ων}) φύλλων πληροφοριών* τα οποία επικεντρώνονται σε συγκεκριμένες θεματικές ενότητες και αποτελούν επιπλέον πληροφοριακό υλικό για τους μαθητές. Τα φύλλα αυτά θα παρουσιαστούν στο τέλος της εν λόγω εργασίας.

Πίνακας Αναλυτικού Σχεδιασμού Διδακτικής Ενότητας

Στη συνέχεια παραθέτεται ένας πίνακας ο οποίος συνοψίζει τον αναλυτικό σχεδιασμό της διδακτικής ενότητας την οποία πραγματεύεται η εν λόγω εργασία:

Διάρκεια (σε λεπτά)	Υποενότητες	Στόχος	Εκπαιδευτικές τεχνικές	Εποπτικά μέσα διδασκαλίας
45' (λεπτά)	Ανάγκες και κατηγορίες αγαθών.	Ορισμός και απαρίθμηση των αναγκών και των ιδιοτήτων τους.	Διάλογος Καταιγισμός ιδεών.	Πίνακας, Μαρκαδόροι.
45' (λεπτά)	Καταναλωτική κοινωνία και καταναλωτικό πρότυπο.	Περιγραφή των όρων «καταναλωτικό πρότυπο» και «καταναλωτική κοινωνία».	Διάλογος Καταιγισμός ιδεών.	Πίνακας, Μαρκαδόροι.
45' (λεπτά)	Θετικά και αρνητικά στοιχεία διαφήμισης, μέσα και τεχνικές της.	Αναγνώριση της συμβολής της διαφήμισης στη διαμόρφωση του καταναλωτικού προτύπου.	Διάλογος Καταιγισμός ιδεών.	Πίνακας, Μαρκαδόροι, Προτζέκτορας.
45' (λεπτά)	Διαδικτυακή διαφήμιση και κοινωνική διαφήμιση.	Περιγραφή της έννοιας και των μορφών της διαδικτυακής διαφήμισης.	Διάλογος Καταιγισμός ιδεών.	Πίνακας, Μαρκαδόροι, Φωτοτυπίες.
45' (λεπτά)	Οργάνωση και προγραμματισμός ομάδων project και περαιτέρω ανάλυση θεματικών ενοτήτων.	Ανάπτυξη ομαδοσυνεργατικής σκέψης.	Διάλογος Καταιγισμός ιδεών.	Πίνακας, Μαρκαδόροι, Φωτοτυπίες.

45' (λεπτά)	Παρουσίαση υλοποιημένων ιδεών σε επιτροπή.	Κριτική ανάπτυξη και ανατροφοδότηση.	Project.	Πίνακας, Μαρκαδόροι, Προτζέκτορας.
45' (λεπτά)	Πραγματοποίηση εκδήλωσης στα πλαίσια του σχολικού περιβάλλοντος.	Γνωστοποίηση των ιδεών των μαθητών.	Project.	Προτζέκτορας, Laptop.
45' (λεπτά)	Εξωτερική δράση και τελική παρουσίαση.	Παρουσίαση των ιδεών των μαθητών σε πραγματικές συνθήκες.	Project.	Προτζέκτορας, Laptop.

Ερωτηματολόγιο

Η μορφή του ερωτηματολογίου θα είναι η εξής:

Ερευνητικό Ερωτηματολόγιο με θέμα: “Καταναλωτικές Ανάγκες Νάξου”

Επιχείρηση ☐ Συνεταιρισμός ☐ Υπηρεσία ☐ Άλλο ☐

1. Σε ποιον τομέα δραστηριοποιείται η/ο επιχείρηση/συνεταιρισμός/υπηρεσία σας;

(α) Πολιτισμός(αξιοθέατα) ☐ (γ) τοπικά προϊόντα ☐
(β) Περιβάλλον ☐ (δ) πολιτιστικά δρώμενα ☐

2. Με ποια μέσα-αγαθά υλοποιούνται οι παραπάνω ανάγκες; Είναι υλικά ή υπηρεσίες;

(α) Υλικά ☐ (β) Υπηρεσίες ☐

Ποια είναι αυτά;

3. Αν προσφέρετε υλικά αγαθά, αυτά ικανοποιούν μία ή περισσότερες φορές την ίδια ανάγκη;

(α) Μία φορά ☐ (β) Περισσότερες φορές ☐

4. Με τα προϊόντα που παρέχετε, καλύπτετε εξ ολοκλήρου τη συγκεκριμένη ανάγκη στον τομέα που δραστηριοποιήστε;

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

Σχολιάστε:

5.Θεωρείτε ότι τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφερετε είναι απαραίτητες για την οικονομία του νησιού;

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

Σχολιάστε:

6.Εσείς θα επιλεγате τα προϊόντα σας και γιατί;

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

Σχολιάστε:

7.Οι πελάτες σας είναι κυρίως κάτοικοι του νησιού ή τουρίστες;

ΗΜΕΔΑΠΟΙ ☐ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ☐

8.Σε ποια μέσα θα θέλατε να διαφημίσετε τα προϊόντα σας;

(α) Τηλεόραση ☐ (γ) Διαδίκτυο ☐
(β) Ραδιόφωνο ☐ (δ) Έντυπη(περιοδικά, εφημερίδα,αφίσες) ☐

**Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία απάντηση.*

9.Χρησιμοποιείται ήδη κάποια μορφή διαφήμισης; Αν ναι, ποια είναι αυτή;

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

Αν ναι, ποια :

10.Δραστηριοποιήστε ηλεκτρονικά(ηλεκτρονικό εμπόριο/προώθηση);

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

Αν ναι:

ΕΜΠΟΡΙΟ ☐ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ☐ ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ ☐

Σας ευχαριστούμε για το χρόνο σας!

Διδακτικό υλικό τρίτης και τέταρτης ώρας διδασκαλίας

ΤΑ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ:

1. Ενημερώνει τους καταναλωτές: για τα προϊόντα (τιμή, χρησιμότητα).
2. Παρέχει, έτσι, τη δυνατότητα σύγκρισης και επιλογής μεταξύ ομοειδών προϊόντων, με αποτέλεσμα να κερδίζουν χρόνο και χρήμα.
3. Προσπορίζει οικονομικά κέρδη στα ΜΜΕ, ώστε να είναι αδέσμευτα από τα πολιτικά κόμματα και να επιτελούν καλύτερα τον έλεγχο στην εξουσία.
4. Ο ανταγωνισμός οδηγεί τις βιομηχανίες στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και των τιμών. Έτσι βελτιώνεται το επίπεδο ζωής του ανθρώπου.
5. Συμβάλλει στην οικονομική πρόοδο μιας χώρας με: την αύξηση παραγωγής και κατανάλωσης προϊόντων και την ανάπτυξη του εμπορίου.
6. Συμβάλλει στην περιστολή της ανεργίας: δημιουργούνται νέα επαγγέλματα (διαφημιστές, μακετίστες, γραφίστες) και απασχολούνται περισσότεροι άνθρωποι για την αύξηση της παραγωγής.

ΤΑ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ:

1. Η διαφήμιση δημιουργεί πλασματικές ανάγκες.
2. Ο κόσμος της διαφήμισης είναι εικονικός και διαφέρει από τον πραγματικό κόσμο.
3. Η γλώσσα των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (Μ.Μ.Ε.) παρουσιάζει ιδιαιτερότητες. Κάθε Μ.Μ.Ε. χρησιμοποιεί τον δικό του τρόπο, τη δική του γλώσσα (μουσική, χρώμα, λέξεις κτλ.) για να «περάσει» το μήνυμα που θέλει στο κοινό.
4. Κάθε άτομο / δέκτης αποκωδικοποιεί / ερμηνεύει με τον δικό του τρόπο το ίδιο διαφημιστικό μήνυμα.

ΜΕΣΑ-ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ:

α) εικόνες, γραφικά, χρώματα, πρόσωπα, κίνηση, τοποθέτηση προϊόντος στο χώρο της διαφήμισης.

β) ήχος, μουσική.

γ) γραπτός και προφορικός λόγος.

δ) σλόγκαν.

ε) χώρος στον οποίο τοποθετείται η διαφήμιση.

ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ:

- πλήρης γνώση του διαφημιζόμενου προϊόντος εκ μέρους του διαφημιστή.
- πλήρης γνώση του καταναλωτικού κοινού (φύλο, ηλικία, χαρακτήρας...)
- γνώση εκ μέρους του διαφημιστή και του παραγωγού των ιδιαίτερων οικονομικών, κοινωνικών, πολιτικών, νομικών κανόνων, που διέπουν την αγορά (ανταγωνισμός προϊόντων, τιμών, προώθησης...)
- επιλογή του κατάλληλου επικοινωνιακού καναλιού.
- δημιουργία επιτυχημένου και πρωτότυπου διαφημιστικού μηνύματος (για την προσέλκυση του ενδιαφέροντος του δέκτη και τη δημιουργία της επιθυμίας αγοράς του προϊόντος).

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ:

Το διαδίκτυο ως διαφημιστικό μέσο έχει κάποια βασικά χαρακτηριστικά τα οποία είναι τα εξής:

- Μπορεί να μεταδώσει ένα διαφημιστικό μήνυμα σε μεγάλο κοινό.
- Δίνεται η δυνατότητα να ελέγχει σύντομα και εύκολα την αποτελεσματικότητα της διαφήμισης και επίσης να αντλεί στοιχεία για το κοινό που βλέπει τη διαφήμιση.
- Μπορούν να μεταδοθούν πολλές πληροφορίες μέσω της χρήσης υπερκειμένου.

- Τέλος, υπάρχει χαμηλό κόστος για τη μετάδοση του διαφημιστικού μηνύματος σε συνδυασμό με την αυξημένη αποτελεσματικότητα

ΜΟΡΦΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Ιστοσελίδα-Web Site : Ως μέσο επικοινωνίας και διαφήμισης έχει στόχο να πληροφορήσει, να γνωστοποιήσει και να προβάλει τα πλεονεκτήματα, να ενθαρρύνει τη δοκιμή και να παροτρύνει τους καταναλωτές να προβούν στην αγορά του προϊόντος ή της υπηρεσίας.

Ο σχεδιασμός και η διαχείρισή της, ωστόσο δεν είναι απλή υπόθεση. Είναι διαρκείς διαδικασίες που εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες.

Τα χαρακτηριστικά της Ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι:

1. Να είναι ελκυστική για τους χρήστες (Attracting).
2. Να έχει πληροφοριακό χαρακτήρα (Informing).
3. Να τοποθετείται στην αγορά, παρέχοντας πληροφορίες για που αφορούν την εταιρεία τόσο στην αγορά όσο και στην αντίληψη του καταναλωτή (Positioning).
4. Να διανέμει ή να παρέχει την αξιοπιστία, την ταχύτητα, την ασφάλεια και την διαδραστικότητα (Delivering).

- ❖ **Banners**: Είναι επιμήκεις ταινίες ύψους περίπου 2,5 εκατοστών, οι οποίες συναντιόνται στην κορυφή των ιστοσελίδων. Συνήθως φέρουν το όνομα της εταιρίας, ένα μήνυμα και μία πρόκληση για κλικ πάνω σε αυτά.
- ❖ **Permanent Buttons**: Είναι μικρότερα από τα banners και αλλάζουν συχνά. Δεν είναι διαδραστικά και απλώς μεταφέρουν το χρήστη σε μία ιστοσελίδα, κάνοντας κλικ πάνω τους.
- ❖ **Interstitials**: Είναι οι διαφημίσεις που ανοίγουν τη δική τους σελίδα ανάμεσα σε άλλες σελίδες περιεχομένου.
- ❖ **Superstitials**: Είναι νέα βελτιωμένα interstitials που φορτώνουν «διακριτικά» στην ενδιάμεση μνήμη του browser χωρίς να διακόπτουν το χρήστη.
- ❖ **Τα αναδυόμενα παράθυρα (pop-up)** : Είναι μικρά παράθυρα τα οποία εμφανίζονται με την είσοδο στην ιστοσελίδα, συνήθως στο κέντρο.
- ❖ **Spamming**: Είναι η απευθείας εμπορική προώθηση με την αποστολή μηνυμάτων ηλεκτρονικής αλληλογραφίας.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ:

Κοινωνική είναι η διαφήμιση που έχει στόχο την ευαισθητοποίηση του κοινού αναφορικά με ένα σημαντικό κοινωνικό ζήτημα.

- Χρησιμοποιεί ίδιες μεθόδους με την εμπορική διαφήμιση, αλλά χωρίς κερδοσκοπική επιδίωξη.
- Οι κοινωνικές διαφημίσεις χρησιμοποιούν συναισθηματικά μέσα για να αφυπνίσουν τους θεατές, κυρίως το συναίσθημα της συγκίνησης.
- Συνήθως στις κοινωνικές διαφημίσεις δεν χρησιμοποιούνται πραγματικές φωτογραφίες.
- Στηρίζονται στην υπερβολή, επικαλούνται εξωπραγματικά στοιχεία για να προβάλουν μεταφορικά τα αποτελέσματα των πράξεών μας, είτε στο περιβαλλοντικό ή στον κοινωνικό τομέα.
- Δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα αλλά σατιρίζουν τις σύγχρονες αλήθειες. Οι διαφημίσεις αυτές μπορεί να αφορούν σε: • σύγχρονα προβλήματα υγείας • κοινωνικά ζητήματα παγκοσμίου εύρους (βία, κακοποίηση, φτώχεια, πείνα, λογοκρισία) • περιβαλλοντικά θέματα (πυρκαγιές, λιώσιμο πάγων, φαινόμενο του θερμοκηπίου, άγρια ζωή).



Η «*Feed A.E.*» είναι μια φιλανθρωπική οργάνωση αφιερωμένη στην εξασφάλιση τροφής των αυξανόμενων αστεγών και πεινασμένων ανθρώπων σε όλη τη Νότια Αφρική. Τοποθέτησαν μια φωτογραφία παιδιού που ζητάει φαγητό στη βάση καροτσιών για ψώνια, έτσι ώστε τα ψώνια φαίνεται να προσφέρονται στο άστεγο παιδί.

«Δείτε πόσο εύκολη μπορεί να είναι η εξασφάλιση τροφής των πεινασμένων;»



Coca-Cola / WWF: Plant Billboard

Η Coca-Cola σε συνεργασία με την WWF τόλμησε δημιουργώντας μια διαφηστική πινακίδα γεμάτη με καταπράσινα φυτά και μήνυμα «αυτή η διαφημιστική πινακίδα απορροφά την εναέρια μόλυνση» θέλοντας να προσφέρει μια ανάσα ζωής στις πόλεις.

Φύλλα εργασίας τεσσάρων θεματικών ενότητων

ΟΜΑΔΑ 1

ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΝΑΞΟΥ

Σκεφτείτε και καταγράψτε σε σχέση με τα παρακάτω τοπικά προϊόντα τι διαφημίσεις έχουν γίνει γι'αυτά στην τηλεόραση, το ραδιόφωνο, το διαδίκτυο, στον τύπο, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σε δράσεις, ακόμα και σε έντυπη μορφή. Κατά την γνώμη σας ποιο από τα παρακάτω προϊόντα χρειάζεται περισσότερη διαφήμιση ή βελτίωση της διαφήμισης του; Εσείς ποιο θα διαλέγατε να διαφημίσετε από αυτά και γιατί;



ΜΟΝΑΔΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΛΟΗΣ • 22850 25763

ALOE VERA NAXOS

ΑΛΟΕ ΒΕΡΑ ΝΑΞΟΥ ΙΚΕ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΧΩΡΑ ΝΑΞΟΥ

☎ 2285025763 📠 2285025763

E-Shop



ORGANIC ISLANDS

ORGANIC ISLANDS

ΧΑΤΖΗΑΝΔΡΕΟΥ ΝΙΚΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΙΚΕ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΧΩΡΑ ΝΑΞΟΥ

☎ 2285024809, 6932197596



Παραδοσιακά Γλυκά Νάξου
Γλυκά Κουπαλιού - Γιουκούμα - Μαρμελάδες

SELECTED ONE BY ONE THE FRUITS OF NAXOS
PREPARED WITH LOVE AND KNOWLEDGE
SINCE 1985, BY THE TRADITIONAL NAXIAN WAY! NOT ONLY

Ε. Τολακής
Γλυκά Νάξου, Τηλ: 22850 41822, 22850 42831
Fax: 22850 42832, Χρ: 6944 640934

**ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΓΛΥΚΑ ΝΑΞΟΥ
ΤΟΛΑΚΗΣ**

ΝΙΚΟΛΕΤΑ ΕΥΑΓΓΕΛΟΥ ΤΟΛΑΚΗ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΓΑΛΛΑΝΑΔΟ

☎ 2285041822, 6944640934



ΕΑΣ ΝΑΞΟΥ

ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΝΑΞΟΥ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΧΩΡΑ ΝΑΞΟΥ

☎ 2285025340 📠 2285022240



ΠΡΟΜΠΟΝΑΣ Α.Ε.

ΣΤΑΜΑΤΙΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΠΡΟΜΠΟΝΑΣ Α.Ε.

📍 ΝΑΞΟΣ - ΧΩΡΑ ΝΑΞΟΥ

☎ 2285022258 📠 2285023783



ΣΤΑΜΑΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΒΕΡΩΝΗΣ

ΣΤΑΜΑΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΒΕΡΩΝΗΣ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΧΩΡΑ ΝΑΞΟΥ

☎ 2285024442, 6976286000 📠 2285029212



Χώρα Νάξου / Naxos Island - Tel: 22850 22529

ΝΑΞΙΑ

ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΛΙΑΝΟΣ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΧΩΡΑ ΝΑΞΟΥ

☎ 2285022529

E-Shop



ΝΑΞΟΝΗΣΟΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΚΟΙΝΣΕΠ - Naxonisos Tastes

ΝΑΞΟΝΗΣΟΣ ΚΟΙΝΣΕΠ

📍 ΝΑΞΟΣ

☎ 2285027152, 6972022275



Ο ΒΥΘΟΣ

ΣΟΦΙΑ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΑΝΔΡΗ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΑΠΟΛΛΩΝΑΣ

☎ 2285067218, 6981172868

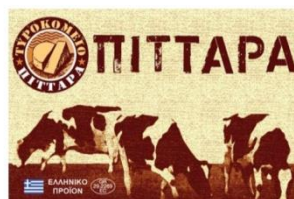


ΤΖΙΜΠΛΑΚΗΣ

ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΑΝΤΩΝΙΟΥ ΤΖΙΜΠΛΑΚΗΣ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΧΩΡΑ ΝΑΞΟΥ

☎ 2285022230, 6945455842



ΠΙΤΤΑΡΑΣ ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ

ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΠΙΤΤΑΡΑΣ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΜΕΛΑΝΕΣ

☎ 2285062223, 6944831555 📠 2285022102



NAXOS ART - TECHNI

ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΧΑΤΖΗΑΝΔΡΕΟΥ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΧΩΡΑ ΝΑΞΟΥ

☎ 2285024767, 6932753941 📅 2285024767

E-Shop

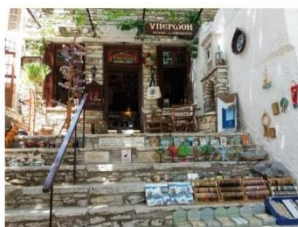


ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΑΠΕΙΡΑΝΘΟΥ

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΑΠΕΙΡΑΝΘΟΥ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΑΠΕΙΡΑΝΘΟΣ

☎ 2285061436



ΤΟ ΥΠΕΡΩΝ

ΜΑΡΙΑ ΘΕΟΔΩΡΟΥ ΧΑΝΙΩΤΗ

📍 ΝΑΞΟΣ - ΑΠΕΙΡΑΝΘΟΣ

☎ 2285061389, 6976245995



CYCLADES CULTURE OF OLIVE OIL

GAY CHRISTIAN - ΣΤ. ΣΠΑΝΟΣ Ο.Ε.

📍 ΝΑΞΟΣ - ΧΑΛΚΙ

☎ 2285031699, 6949579333

ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Σκεφτείτε και καταγράψτε σε σχέση με το χάρτη της Νάξου ποιες παραθαλάσσιες περιοχές θα επιλέγατε να διαφημίσετε και γιατί; Θα μπορούσατε να προσεγγίσετε τη διαφήμιση μιας παραθαλάσσιας περιοχής μέσα από την οικολογική καταστροφή και η περιβαλλοντική συνείδηση; Αναπτύξτε τις απόψεις σας.



ΟΜΑΔΑ 3

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ

Σκεφτείτε και καταγράψτε ποια πολιτιστικά μνημεία στο νησί σας κινούν το ενδιαφέρον και γιατί; Με ποιον τρόπο θα μπορούσατε να διαφημίσετε ένα από αυτά;



ΟΜΑΔΑ 4

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ - ΠΑΡΑΔΟΣΗ

Σκεφτείτε και καταγράψτε ποια πολιτιστικά παραδοσιακά δρώμενα θα θέλατε να διαφημίσετε και γιατί; Με ποιον τρόπο θα προσπαθούσατε να επιτύχετε μια τέτοια διαφήμιση;

