

ΣΧΕΔΙΟ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Σχ. Έτος: 2016-2017 (β' τετράμηνο)

ΣΧΟΛΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑ: Αρσάκειο ΓΕΛ Θεσσαλονίκης της Φ.Ε.

Ο ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

Ο θαυμαστός κόσμος του Μάρκετινγκ : Μορφές και μηνύματα

..

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ (ΠΕ)	ΔΙΑΤΙΘΕΜΕΝΕΣ ΩΡΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΕ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΑ ΕΤΗ (ΝΑΙ/ΟΧΙ)	ΣΧΕΤΙΚΗ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ (ΦΟΡΕΑΣ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ)
Μαρία-Αμαλία Βέργουλα	ΠΕ09	1	ΝΑΙ	Εθνικό Μετσόβιο πολυτεχνείο: επιμόρφωση Στελεχών, εκπαιδευτικών επιβαλλοντικής εκπαίδευσης

ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Α. ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ, ΣΑΦΩΣ ΔΙΑΤΥΠΩΜΕΝΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ (Μέχρι 250 λέξεις):

"Το καλό μάρκετινγκ κάνει μια επιχείρηση να φαίνεται έξυπνη. Το πραγματικά πετυχημένο μάρκετινγκ κάνει τον πελάτη να νιώθει έξυπνος .

Ο θαυμαστός κόσμος του Μάρκετινγκ: Μορφές και μηνύματα

Πώς επηρεάζει το Μάρκετινγκ τον σχεδιασμό προϊόντων; Οι μαθητές θα αναζητήσουν μορφές, σχέδια σε λογότυπα, συσκευασίες και τελικά προϊόντα και θα εξετάσουν τον τρόπο με τον οποίο δημιουργήθηκαν. Θα ερευνήσουν τα νοήματα που προωθούν οι επιχειρήσεις μέσα από αυτά και την εικόνα που θέλουν να δημιουργήσουν για τα προϊόντα τους. Τέλος θα εντοπίσουν και θα αναλύσουν μελέτες περίπτωσης, εστιάζοντας στην ανταπόκριση των καταναλωτών.

Β. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ (κριτήρια επιλογής

θέματος, συσχέτιση με διδασκόμενα μαθήματα, αναμενόμενα μαθησιακά οφέλη κ.λπ., ενδεικτικά μέχρι 300 λέξεις).

- Η συνάφειά του με την ενεργό καταναλωτική συμπεριφορά των παιδιών και των εφήβων παρά την έλλειψη οικονομικής ανεξαρτησίας
- Η ανάγκη δημιουργίας ενημερωμένων πολιτών σε θέματα κατανάλωσης, ειδικότερα σε περίοδο που η σωστή οικονομική διαχείριση εμφανίζεται πιο απαραίτητη από ποτέ.
- Η συνάφειά του με αντικείμενα του ωρολογίου προγράμματος σπουδών όπως το μάθημα Πολιτικής Παιδείας.

• Τα παιδιά από πολύ νωρίς αρχίζουν και λαμβάνουν αυτόνομα αποφάσεις, ως μέρος της σταδιακής ανεξαρτητοποίησής και ωρίμανσής τους (πορεία προς ενηλικίωση) . Ένα μεγάλο μέρος τέτοιων αποφάσεων είναι οι οικονομικές, βασικό συστατικό των οποίων αφορά την επιλογή προϊόντων που θα προμηθευτούν και θα καταναλώσουν. Οι επιλογές αυτές διαμορφώνονται βάσει ερεθισμάτων που δέχονται τα παιδιά από διαφημίσεις με τις οποίες βομβαρδίζονται συνεχώς.

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)

Διαδίκτυο, σχολική βιβλιοθήκη, προσωπικό αρχείο μαθητών, προσωπικό αρχείο καθηγήτριας. Θα προηγηθεί συζήτηση με τους μαθητές για τον τρόπο συλλογής δεδομένων και τη συγγραφή επιτημονικής εργασίας με στόχο την αποφυγή της αντιγραφής έτοιμων κειμένων από τις πηγές.

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

- Να μάθουν να συνεργάζονται, να διατυπώνουν γνώμη και απορίες και να ανακαλύπτουν τρόπους να έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες που χρειάζονται.
- Να αναδειχθούν οι δεξιότητες και τα ειδικά talenta των μαθητών καθώς και η ιδιαίτερη συνεισφορά καθενός στην εργασία της ομάδας τους.
- Να συνειδητοποιήσουν τη διαφορά μεταξύ επιθυμίας και ανάγκης, κατανάλωσης και υπερκατανάλωσης, προγραμματισμού και ασυνέπειας.
- Να αναπτύξουν τη σκέψη τους και προβληματισμούς σε θέματα όπως η κατανάλωση, τα καταναλωτικά πρότυπα, η διαφήμιση, το χρήμα.
- Να αποκτήσουν την δεξιότητα να λειτουργούν αποτελεσματικά σε μια ομάδα. Να προβάλλουν την άποψή τους ατομικά αλλά και να συνθέτουν μια άποψη συλλογικά. Παράλληλα να εξερευνήσουν και να αντιληφθούν τι μπορούν να πετύχουν μέσα από συλλογική δράση ως καταναλωτές
- Να γνωρίσουν τις διάφορες πτυχές του μάρκετινγκ και της διαφήμισης ειδικότερα, μέσα από εξέταση διαφορετικών πηγών, εξετάζοντας τις έννοιες αυτές μέσα από το πρίσμα της διεπιστημονικής προσέγγισης

Τα αποτελέσματα θα παρουσιαστούν στην σχολική κοινότητα. Το τέχνημα των μαθητών μπορεί να αφορά μια αφίσα, τη δημιουργία ενός βίντεο, ένα θεατρικό δρώμενο.

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

Χρήση του αμφιθεάτρου του σχολείου
Χρήση της νησίδας υπολογιστών
Ομαδικές δημιουργίες τις αίθουσες διαδραστικών πινάκων
Επίσκεψη σε διαφημιστική εταιρεία
Πρόσκληση καθηγητή Μάρκετινγκ για ομιλία

ΣΤ. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Εισαγωγή στην Ιστορία και τη Θεωρία του Graphic Design, Μια μικρή ανθολογία, Φραγκόπουλος Μίλτος, Εκδότης FUTURA, 2006.
2. Visual Notes for Architects and Designers (Norman Crowe and Paul Laseau)
3. Design Basics (S. Pentak and A. Lauer)
4. Benoit, H. (2007) Το λογότυπο, Que-sais-je? , Αθήνα: Το Βήμα γνώση
5. Ιστορία της τέχνης, Γ΄ τάξη Λυκείου, Βιβλίο του μαθητή, διαθέσιμο στο <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C111/62/475,1796/>

Ζ. ΣΧΟΛΙΑ, ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΡΟΙ ΣΧΟΛΙΚΟΥ/ΗΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

--

Εγκρίθηκε από τον/τη Σχολικό/ή Σύμβουλο Παιδαγωγικής Ευθύνης

.....
(Υπογραφή)

Μετά την έγκριση από τον/τη Σχολικό/ή Σύμβουλο, έλαβε γνώση ο/η
Διευθυντής/ντρια του Λυκείου

.....
(Υπογραφή)