



## PRIJEDLOG PROJEKTOG ZADATKA ZA OCJENU U NASTAVI NA DALJINU S RUBRIKAMA ZA VREDNOVANJE

### Marketing 3

#### Zadatak:

Osmislite **kampanju** kojom ćete upozoriti javnost na štetno djelovanje određenih pojava (posebno na mlade) – **negativno pozicioniranje štetnih pojava**. Ako želite osvijestiti javnost o štetnom utjecaju pojedinih pojava, pokušajte prepoznati uzroke, ukazati na negativne posljedice, predložiti moguća rješenja.

**Odaberite jednu od zadanih tema koju smatrate vrijednom provođenja kampanje:**

1. Utjecaj medija i računalnih igara na porast nasilja među mladima
2. Ovisnost o društvenim mrežama (previše provedenih sati online)
3. Ovisnosti o mobitelima i pojava nomofobije (NO MOBILE PHOne hoBIA)
4. Štetnost plastične ambalaže, posebno plastičnih vrećica za okoliš
5. Utjecaj medija (i društvenih mreža) na iskrivljenju sliku o sebi - nezadovoljstvo samim sobom (poremećaji prehrane, depresija...)
6. Utjecaj nezdrave i brze hrane na zdravlje (npr. pretilost)
7. Pojave ovisnosti kod mladih (pušenje, alkohol, opijati, kocka, kladionica...)

**Prijedlog: suradničko učenje, rad u paru**



## PRIJEDLOZI MEĐUPREDMETNIH TEMA:

osr C.5.3. Ponaša se društveno odgovorno  
ikt A.5.1. Analitički odlučuje o odabiru odgovarajuće digitalne tehnologije  
goo C.5.1. Aktivno sudjeluje u građanskim inicijativama  
zdr B.5.3.A. Procjenjuje uzroke i posljedice određenih rizičnih ponašanja i ovisnosti  
zdr B.5.3.B. Analizira opasnost kockanja, klađenja i igara na sreću  
pod B.5.3. Prepoznaje važnost odgovornoga poduzetništva za rast i razvoj pojedinca i zajednice  
uku A.4/5.4. Samostalno kritički promišlja i vrednuje ideje

### Ishodi:

- navesti marketinške aktivnosti usmjerene na stvaranje negativne pozicije u svijesti onih kojima se obraća
- osmisliti kampanju za provedbu negativnog pozicioniranja štetnih pojava u svijesti mladih



## SMJERNICE IZRADE ZADATKA

U dogovoru s predmetnim nastavnikom učenici ovaj projektni zadatak mogu raditi samostalno ili u paru. Tijekom osmišljavanja kampanje za negativno pozicioniranje potrebno je osmisliti promotivni apel kampanje kojeg je potrebno postaviti na digitalni materijal kampanje (letak/plakat/brošuru). Kreirani digitalni materijal učenici objavljuju u galeriji izrađenih radova u dogovoru s predmetnim nastavnikom. Na samom kraju kampanje potrebno je sastaviti izvještaj u kojem će se navesti sve navedene odrednice kampanje, njihova provedba te očekivane rezultate provedbe. Izrađeni izvještaj i digitalni materijal kampanje potrebno je poslati predmetnom nastavniku.



### Odrednice kampanje - negativno pozicioniranje štetne pojave

<b>Naziv kampanje</b>	
<b>Nositelj kampanje</b>	
<b>Cilj kampanje</b> (što želite postići kampanjom)	
<b>Ciljne skupine</b> (kome je usmjerena kampanja)	
<b>Osmislite promotivni apel</b> (poziv, slogan za provedbu kampanje)	
<b>Izradite digitalni materijal</b> npr. letak /plakat/ brošura – možete koristiti različite web 2.0. alate	
<b>Galerija izrađenih radova</b> – izrađeni digitalni materijal potrebno je javno postaviti (prijedlog <a href="#">Padlet</a> , prostor za suradnju One Note i sl.)	
<b>Izvještaj i očekivani rezultati kampanje</b> (sastaviti izvještaj u kojem će se navesti sve navedene odrednice kampanje, njihovu provedbu te očekivane rezultate provedbe – promjene u ponašanju ili stavovima)	



## VREDNOVANJE PROJEKTOG ZADATKA

Uz smjernice izrade učenicima bi bilo poželjno priložiti rubriku za vrednovanje, kako bi točno znali što se od njih očekuje.

Projektni zadatak za nastavni predmet Marketing 3 – kampanja za negativno pozicioniranje					
Rubrike za vrednovanje	BODOVI				
	5	4	3	2	1
Sastavnice kampanje	navedene su sve sastavnice kampanje i detaljno razrađene	navedene su sve sastavnice kampanje i djelomično su razrađene	djelomično su navedene sastavnice kampanje i djelomično razrađene	manji broj sastavnica kampanje je naveden i djelomično razrađen	nedovoljan broj sastavnica kampanje je naveden i nije razrađen
Određivanje ciljne skupine kampanje	ciljna skupina je detaljno određena	ciljna skupina je određena bez detaljnih opisa	ciljna skupina je nepotpuna	ciljna skupina je nepotpuna bez opisa	ciljna skupina nije definirana
Točnost podataka	svi podatci su točni, dobro odabrani i u funkciji provedbe kampanje	svi podatci su točni, ali su na nekim mjestima nejasno prikazani ili neprikladno odabrani	postoje manje pogreške u podatcima. Neki su neprikladni te ne odgovaraju postavljenom cilju kampanje	postoje bitne pogreške u podatcima. Uglavnom ne odgovaraju cilju kampanje	većina podataka je netočna i ne odgovara cilju kampanje
Kreativnost prikaza podataka (plakat, letak, brošura, strip)	kreativno prikazani sadržaji i estetski dotjeran	kreativno prikazani sadržaji, ali traže doradu u estetskom izgledu	djelomično zanimljiv prikazan sadržaj i estetski slabo dotjerano	nedovoljno zanimljivo prikazani sadržaji i vizualno neatraktivni	potpuno bez kreativnosti
Izveštaj provedbe kampanje	izveštaj u potpunosti navodi aktivnosti i rezultate kampanje uz težnju prema	izveštaj je potpun te navodi aktivnosti i rezultate kampanje	izveštaj je djelomično potpun te ne navodi sve aktivnosti i rezultate kampanje	izveštaj je nepotpun te ne navodi sve aktivnosti i rezultate kampanje	izveštaj nije izrađen



## PRIJEDLOG OCJENJIVANJA – PRIMJENA NASTAVNIH SADRŽAJA

Broj bodova	Ocjena
21-25	5
16-20	4
11-15	3
6-10	2
0-5	1

Nadamo se da ćete uspješno osmisлити kampanju i pomoći svojim vršnjacima u izgradnji stavova i razmišljanjima o štetnim pojavama u društvu.



Izradile:  
Suzana Mikulić  
Anita Grgić