



(Projekto logo)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



PAMOKOS PLANAS

AGAINST ONLINE SLAVERY (2019-1-FI01-KA229-060725)

Šalis + Mokykla:	Suomija, Pieksämäen lukio		
Mokytojas(ai)	Vesa Vahtermo		
Mokomasis dalykas:	Socialiniai mokslai		
Tema:	„YouTube” ir nuomonės formuotojų rinkodara		
Mokinių amžius:	15-18	Pamokos trukmė:	45 min.

Pamokos tikslai ir uždaviniai (mokiniui):

Mokiniai gebės atpažinti 4 būdus, kuriais daroma įtaka socialinėje žiniasklaidoje:
sukeliamos stiprios emocijos,
supaprastinama informacija,
reaguojama į tikslinės auditorijos poreikius ir vertybes,
puolami oponentai.

Veiklų ir užduočių santrauka:

Grupinis darbas, diskusija.

Pradės nuo to, ką reiškia tinklaraštininkų veikla „You Tube”.

Ar šis reiškinys pažįstamas visiems?

Ar jaunuoliai žino, kad „You Tube” tinklaraštininkai gauna atlyginimą už “ komercinį bendradarbiavimą”, tai yra, už produktų reklamą?

Kokie yra rinkodaros ir reklamos tikslai?

Kodėl jie renkasi tokius „You Tube” tinklaraštininkus?

Ar žinoma sąvoka nuomonės formuotojų rinkodara?

Kas yra nuomonės formuotojų rinkodara?

Grupinis darbas:

Padėti mokiniams, pasiskirsčiusiems į 3-4 žmonių grupes, ieškoti „Youtube“ vaizdo įrašo su komerciniu bendradarbiavimu (reklama ir rinkodara).

Nuomonės formuotojų rinkodaroje įmonės renkasi socialinių tinklų turinio kūrėją su panašiomis vertybėmis, kuris skleis įmonės žinutę tinkamu būdu įmonės prekės ženklui.

Vartotojų sprendimai dėl pirkimo dažnai yra pagrįsti rekomendacijomis, gautomis iš draugų: patinkantis „Youtube“ tinklaraštininkas veikia kaip rekomenduotojas, o gerbėjai pasitiki jo lojalumu ir sąžiningumu. Siekiama, kad rinkodaros ir reklamos turinys būtų autentiškas, tiktu „Youtube“ kanalui. „Youtube“ tinklaraštininkai dažnai arba patys tai daro, arba bent jau dalyvauja kuriant turinį.

Pagal įstatymą reklama (įskaitant produktų rodymą ar rekomendavimą) taip pat turi būti aiškiai pažymėta kaip reklama komercinio bendradarbiavimo vaizdo įrašuose.

Priemonės / įranga:

Kompiuteris, internetas

Metodai:

www.youtube.com

Iškeltų tikslų į(si)vertinimas:

Užduotis:

Išanalizuoti rinkodarą ir reklamą vaizdo įrašė:

Kas reklamuoja ir kas yra reklamos tikslinė auditorija?

Kokios priemonės naudojamos pritraukti žiūrovus, įsigyti produktą/ paslaugą?

Kokie kiti rinkodaros kanalai buvo paskelbti papildomai su vaizdo įrašu (pvz. kiti kanalai, svetainių konkursai ir pan.)?

Papildoma užduotis.

Dirbant grupėse, po 3-4 mokinius, sukurti trumpą spektaklį, kuriame jie parodijuotų vaizdo įrašo reklamą.