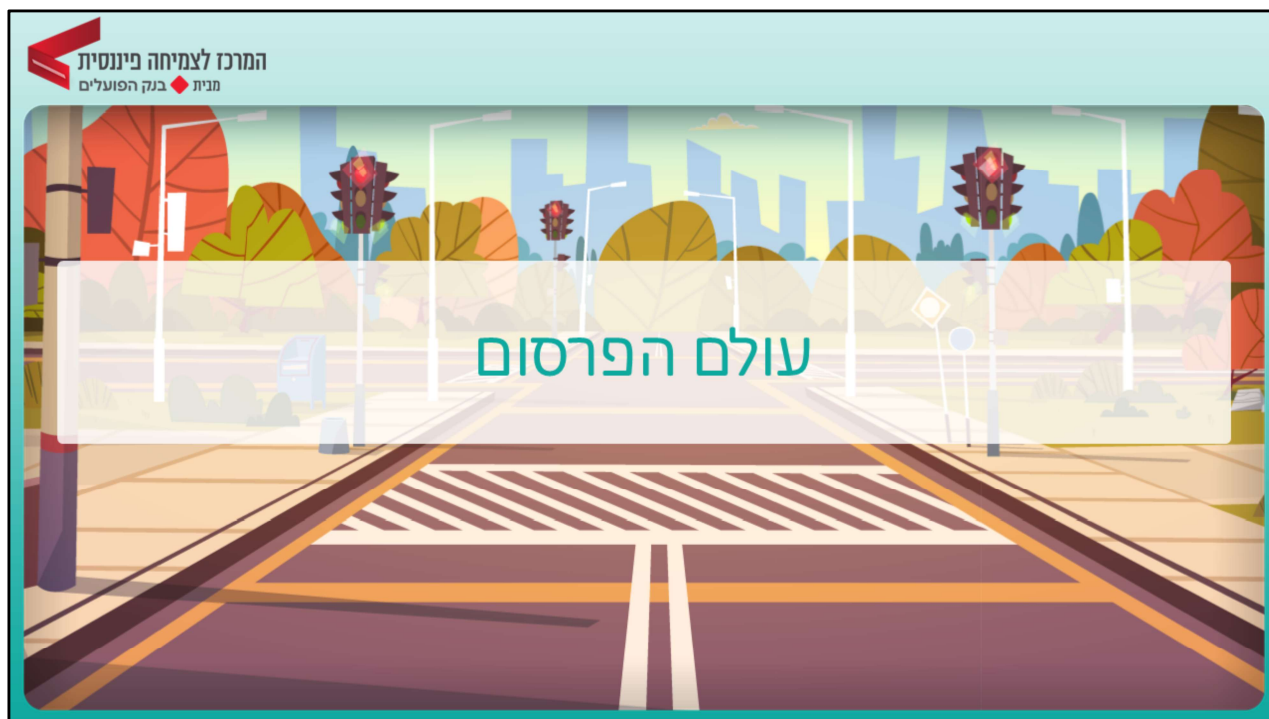




למורה: (2 דק')

זהו שיעור בנושא "עולם הפרסום" בתכנית "חינוך פיננסי" המיועד לכיתות ה'ו'

נושאי השיעור:

- סוגי פרסומות
- השפעת הפרסומות
- פרסום סמוי
- האם עובדים עלינו? שקרים בפרסומות

ציוד נדרש לשיעור:

- להצגת המצגת: מחשב עם חיבור לאינטרנט, מקרן, רמקולים (מומלץ- להקרנת סרטון) -

מהי פרסומת? מה תפקידה?

למורה: (3 דק')
התחילי מדיון במליאה. שאלו: מהי פרסומת?
אספי את התשובות.

הסבירו: פרסומת מציגה ומקדמת מכירה של סחורה, שירות או רעיון. מטרתה ותפקידה הוא לשכנע אנשים לקנות מוצר מסוים או להשתמש בשירות כלשהו. ישנן פרסומות שמטרתן לחשוף אותנו למידע אך מטרת רוב הפרסומות היא לגרום לנו לקנות מוצר/שירות מסוים.



סוגי פרסומות

מסחרית

פרסומת למכירת מוצר/שירות

ציבורית

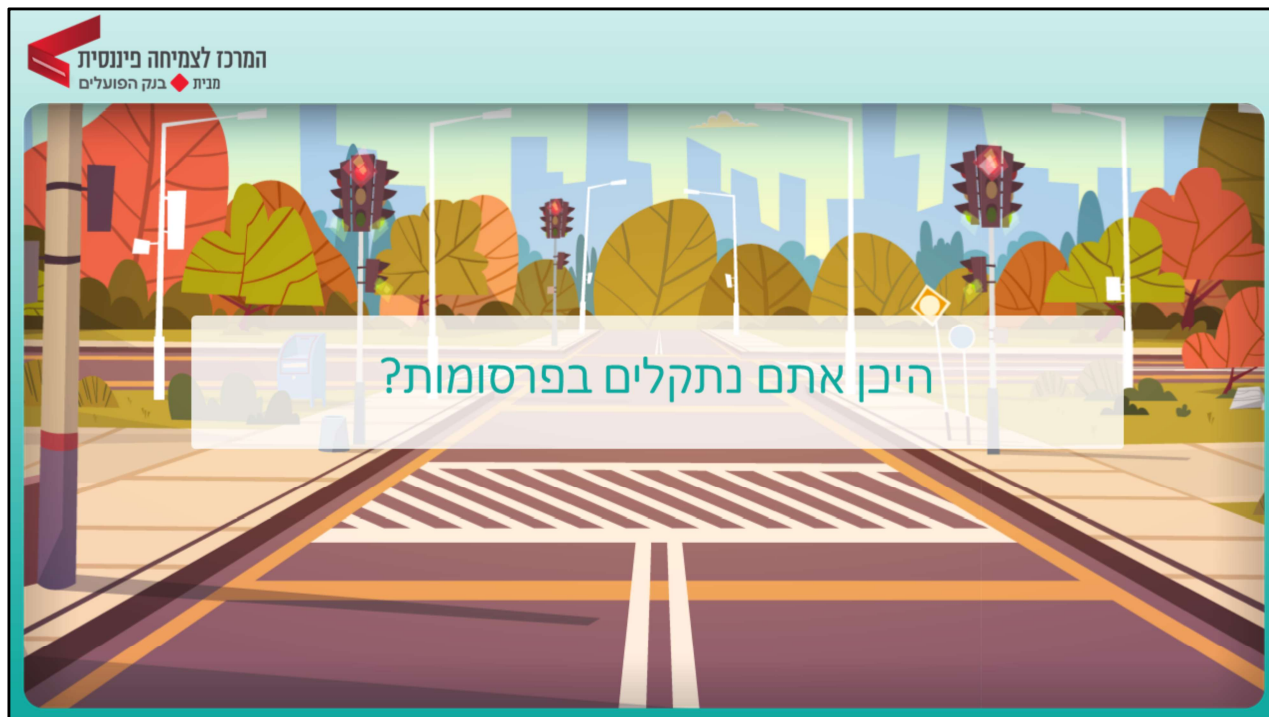
למטרות שירותים ציבוריים
(הפסקת עישון, קסדה בראש טוב)

פוליטית

תעמולת בחירות בה מפורסמים המועמדים
עם מצע הבחירות שלהם

למורה: (3 דק')

הסבירי שהחלוקה על גבי השקף מלמדת אותנו על אופי הפרסומת.



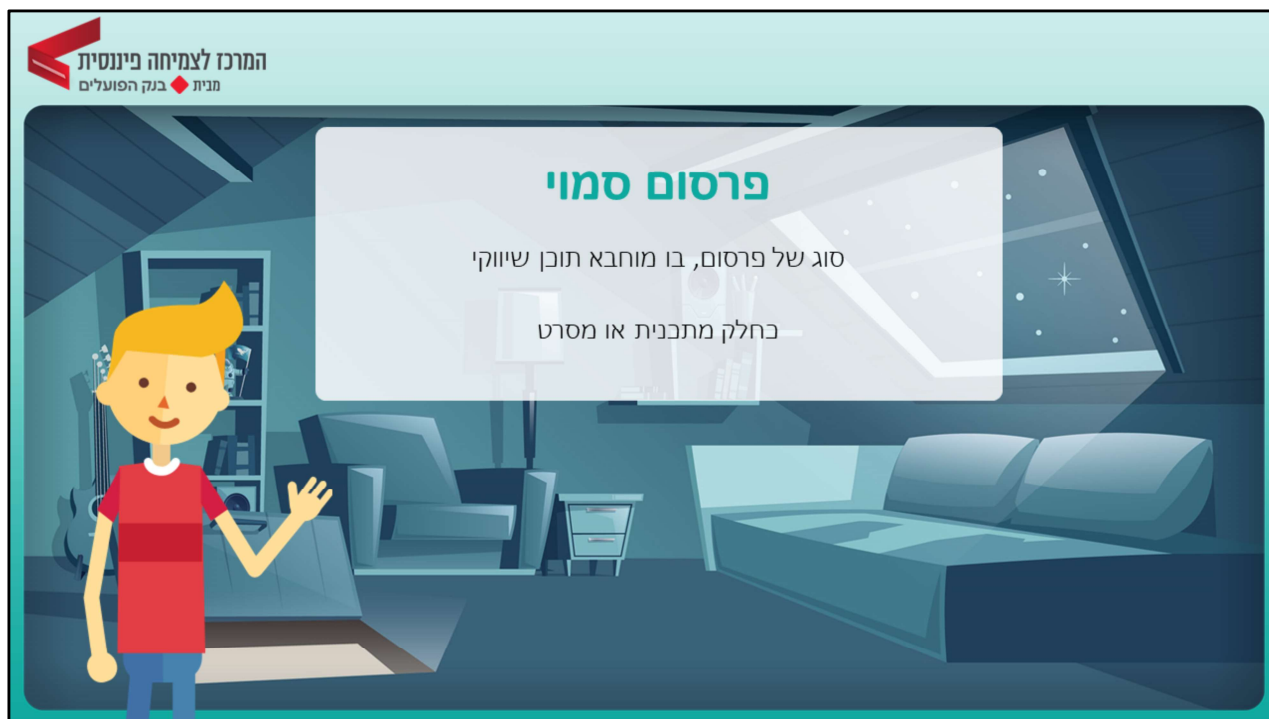
למורה: (5 דק')

שאלי את התלמידים: היכן אתם צופים בפרסומות?

תשובות אפשריות: ברדיו, בטלוויזיה, בעיתונות, ביוטיוב, במשחקי רשת, ברשתות החברתיות, פרסומות סמויות בסרטים, פרסומות סמויות בתכניות ריאליטי, כתבות

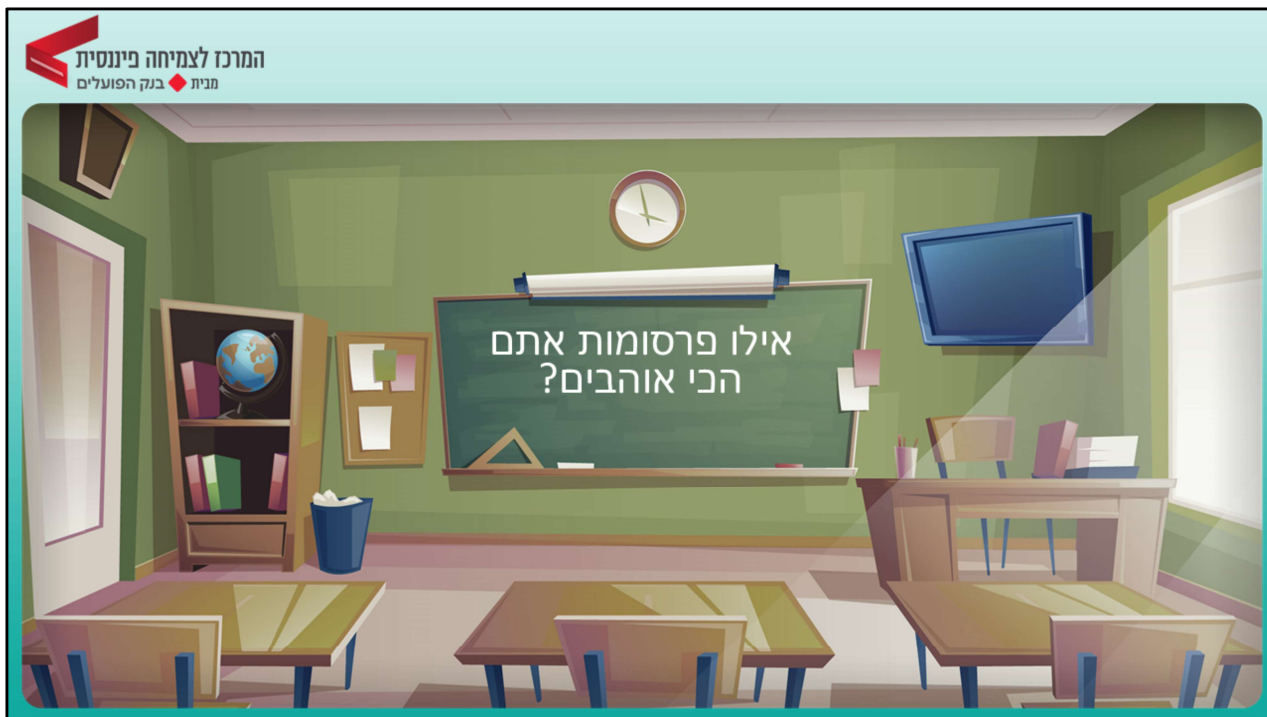


הציגי את המידע על גבי השקף.
הסבירי: אני חשופים לעשרות פרסומות במהלך היום. לחלקן אנחנו מודעים ולחלקן לא. חלק מהפרסומות יכולות להשפיע עלינו בלי שנשים לב שזו פרסומת. חשוב שנבין איך פרסומות משפיעות עלינו.



למורה: (3 דק')

הציגי את ההגדרה לפרסום סמוי.
שאלי: האם נתקלתם פעם בפרסום סמוי?



למורה: (3 דק')

שאלי:

- אילו פרסומות אתם הכי אוהבים? פרסומת שזכורה עליכם במיוחד?
- האם הפרסומת שזכורה לכם פונה לרגש או לשכל שלכם?
- האם יצא לכם לרכוש מוצר בגלל פרסומת שראיתם והתאכזבתם

אספי את התשובות

תשובות אפשריות: מצחיקות, יפות, מראות סלבס שאנחנו אוהבים, נותנות מידע על מה טרנדי עכשיו

הסבירי: יש פרסומות שפונות לשכל ויש פרסומות שפונות לרגש,

פנייה לשכל תשמש בעובדות, מידע, כאשר רוצים למכור מוצרים יקרים או חשובים, לדוגמא: משחת שיניים – צחצוח יום יומי, תביא לשיניים בריאות וחזקות
פנייה לרגש תשמש בהומור, אהבה, פחד כדי שנתחבר למוצר באופן רגשי. לדוגמא: בגדים – בעזרת מוזיקה נעימה, אנשים יפים, הרגשת שמחה ואושר

ציינו שפרסומות אפקטיביות אמורות לגרום לנו לרצות לראות אותם שוב ושוב באמצעות מספר אלמנטים

באילו אמצעים משתמשים בפרסומת?

הומור

מוזיקה

סיסמא

עובדות

אדם מפורסם

רגש

למורה: (5 דק')

חשפי את הריבועים

סיסמא - מסר קצר פשוט וקליט, שמבוסס על מבנה תחבירי קצבי שחוזר על עצמו " חומוס עושים באהבה..."

מוזיקה - משיכת תשומת לב, יצירת קשר עם המוצר לשיפור זכירת המסר המשודר – אצל הדודה והדוד

הומור – יזכרו את הבדיחה ויוצר אוירה חיובית

רגש – אוירה קלילה, חיובית, מאושרת, ביטחון

אדם מפורסם – הזדהות, הערכה וכבוד. יוצר קשר של המוצר עם האדם המפורסם – עומר אדם בפרסומת של בזק

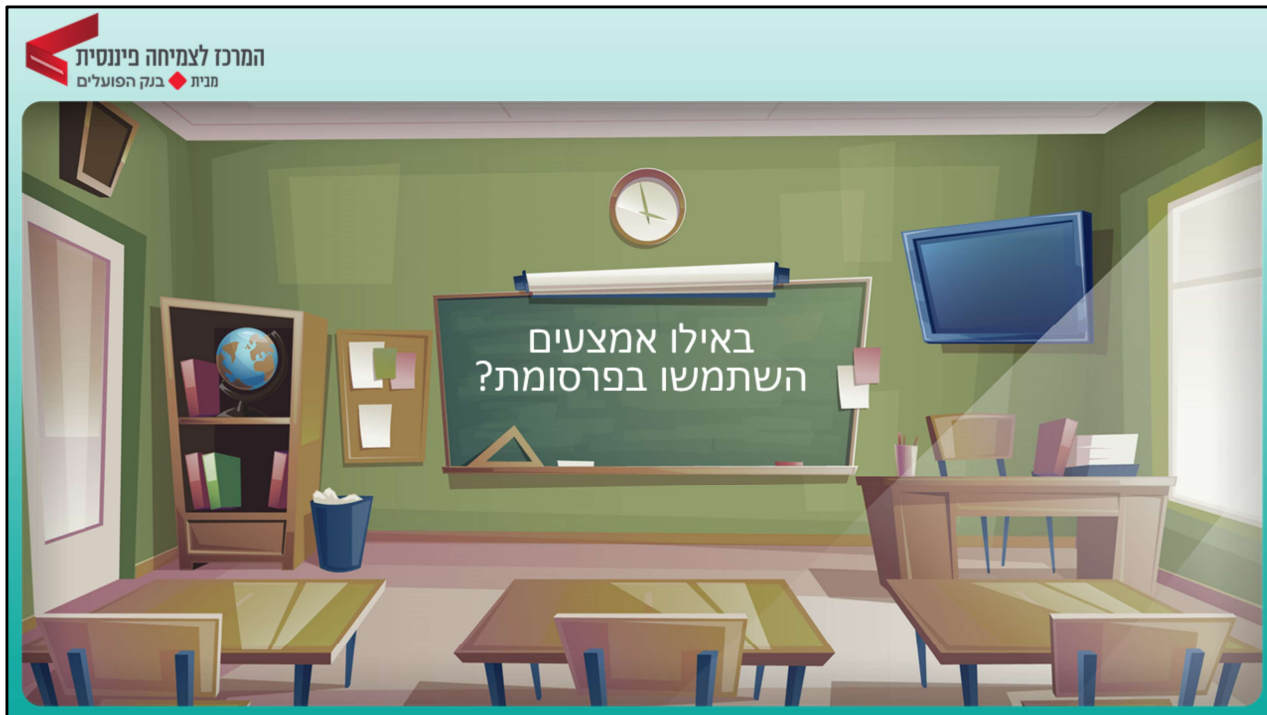
עובדות – הצגת נתונים על המסך בעזרת גרפים (הרכב הכי בטוח, משחת השיניים שהכי עוזרת לשיניים) – מקנה תחושת אמינות



למורה: (2 דק')

https://www.youtube.com/watch?v=_AmMzyfiy0U פרסומת
יש גם לינק בלחיצה על PLAY

הנחי את התלמידים לצפות בפרסומת ולרשום את האמצעים בהם משתמשים בפרסומת



למורה: (7 דק')

שאלי את התלמידים – אחרי שצפינו בפרסומת ולמדנו את הסוגים והאמצעים לשימוש. איזה סוג פרסומת זו הייתה? מסחרית באילו אמצעים השתמשו כדי למשוך לנו את תשומת הלב?

אדם מפורסם – עדי ביטי

סיסמא – OMG אני בAVG

מוזיקה קצבית

רגש – אוירה חיובית ומאושרת, הנאה ושמחה של הדמויות מהעיסוק בפעילות הקניות, על רקע מוזיקה קצבית שמחה. כלומר, לקנות בגדים יפים יעשה אותך מאושר/ת.



למורה: (10 דק')

חלקי את הכיתה לזוגות.
כל זוג יקבל את נספח א' בו נמצאות ההנחיות לביצוע המשימה.

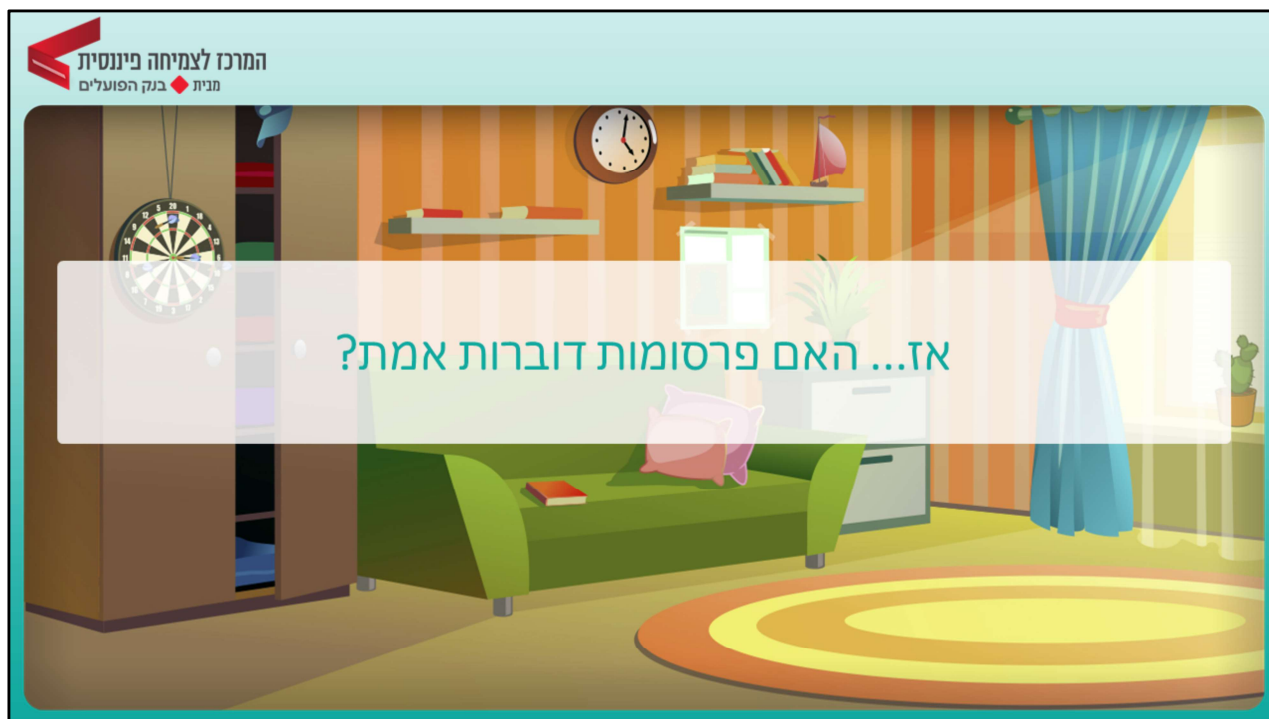
המשימה:

כל זוג יבחר מוצר אותו ירצה לפרסם. המוצר יכול להיות בגד, ציוד בית ספר, אוכל, מכשיר אלקטרוני.

על בני הזוג לצלם את המוצר באמצעות הסלולרי, לערוך את התמונה ולהציג את המוצר בצורה הכי אטרקטיבית שיוכל. ניתן להוסיף כיתוב על גבי התמונה ולהשתמש בפילטרים. הפרסומת יכולה להיות מצחיקה / מפתה וכו' כיד הדמיון הטובה על בני הזוג. הקדישי למשימה כ – 10 דקות.

בסיום, בקשי מהתלמידים לשלוח את התמונה לקבוצת הווטסאפ הכיתתית.

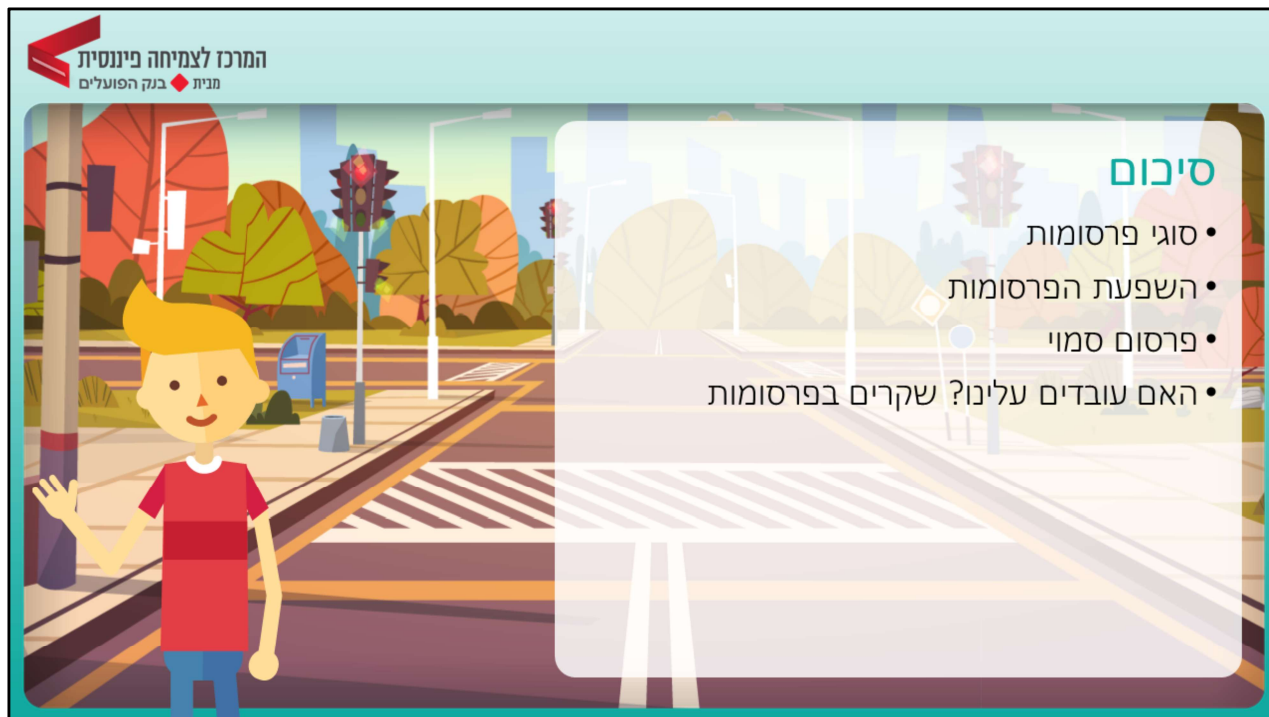
התלמידים יענו על השאלות המופיעות בנספח.
בסיום, יציגו 3 זוגות את הפרסומת שהכינו ויתארו אותה.



למורה: (2 דק')

הסבירי: פרסומות דוברות אמת אך לעיתים עלולות למכור לנו אשליות. לדוגמא כשמציינים כמה כוח סוס יש למזגן – זו אמת. אבל כשאומרים ש"כולם מרוצים" זה לא דווקא נכון.. אין אפשרות להוכיח אחרת.

מכך אנו מבינים שפרסומות הם כלי לשכנוע עוצמתי מאוד והם חלק הכרחי בעולם העסקים והכלכלה. לכן, אנו, כצרכנים נבונים, צריכים להתייחס אליהן בצורה מושכלת וביקורתית, תוך שמירה על האינטרסים שלנו אפשר לבדוק את המוצר בחנות לפני הקנייה, לעשות השוואה מול מוצרים אחרים או לקבל המלצות מחברים.



למורה: (3 דק')
שאלי את התלמידים: מה התחדש לכם בעקבות הפעילות היום?

וסכמי את השיעור:

אנו ביום יום מוצפים בפרסומות שונות בכל המדיות. היום ניסינו להבין כיצד ובאילו שיטות הפרסומות מנסות לשכנע אותנו לרכוש מוצרים שונים לא נוכל להימנע לחלוטין מהחשיפה לפרסומות אבל עלינו להתבונן עליהן בעין ביקורתית ולזכור שהפרסומות מנסות לגעת לנו בנקודות הרגישות שלנו. הפרסומות סביבנו לעיתים "מכתיבות" לנו את דרך החיים ותרבות הצריכה שלנו. הרבה פעמים פרסומות גוררות אותנו לרכוש עוד ועוד מוצרים או שירותים שאינם נחוצים לנו.

לסיכום יש לזכור: תמיד חשוב לחשוב מה באמת נחוץ לנו ומה לא... יש לדעת להשתמש בכסף שלנו באופן מושכל ולא לשכוח לחשוב גם על העתיד.