



Co łączy:

edukację zdrowotną, reklamę, marketing

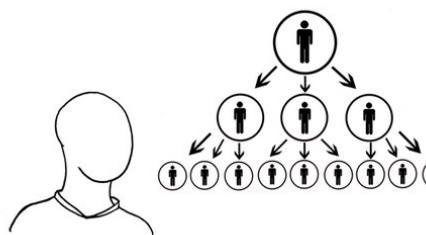
I z pewnością jeszcze wiele innych dziedzin

Socjologia

A dokładniej umiejętność dostrzegania tendencji zmian i trendów dotyczących różnych grup społecznych.

Projekt:

Podaj dalej



Czego będziemy się uczyć lub doskonalić?

Otwierania oczu, uszu, umysłu - obserwacji, dostrzegania zależności, przewidywania następstw działań, rozumienia czym jest etyka dla nas i naszego otoczenia i jaki ma wpływ na istnienie.

A wszystko to za pomocą obserwacji obecnego realnego życia, przykładów z przeszłości/historii, wycinków życia przedstawionych przez reżyserów w filmach komercyjnych, autorów książek i artykułów....

Tytuł: Podaj dalej

To projekt będący połączeniem działań i wiedzy z zakresu socjologii (umiejętności dostrzegania tendencji zmian i trendów różnych grup społecznych), edukacji zdrowotnej, reklamy i marketingu oraz etyki (zawodowej/międzyludzkiej)

Nazwa projektu wzięła się od filmów z 2000 roku „Podaj dalej”. W założeniu ma on być inspiracją dla uczniów do stworzenia produktu końcowego projektu.

W trakcie pracy projektowej uczniowie będą mierzyć się ze sztuką obserwacji i wyciągania wniosków. Zwiększą swoją świadomość w zakresie profilaktyki zdrowotnej zarówno z zakresu zdrowia psychicznego jak i fizycznego. Poznanie schematów działania firm z zakresu reklamy i marketingu pozwoli uczniom bardziej świadomie podejmować decyzje jako konsumenci.

CEL PROJEKTU:

Celem projektu jest szersze spojrzenie uczniów na dzisiejszy świat.

Próba zauważenia różnorodności obecnych trendów społecznych i przyczyn ich występowania.

Obserwacja relacji między reklamą, trendami promowanymi między innymi w telewizji a zmianą zachowań społecznych.

Poznanie schematów działania marketingu i reklamy znanych marek w celu pozyskania klientów.

Poznanie schematów działania epidemii zarówno jako rozprzestrzeniania się chorób zakaźnych jak i trendów modowych i dietetycznych.

METODY REALIZACJI:

Praca projektu będzie opierała się na metodach aktywizujących tak by jak najmniejszą część stanowiły wykłady. Najczęstszą metodą stosowaną w trakcie roku pracy będą dyskusje, burze mózgu i „śledztwa”.

Będziemy pracować z fragmentami tekstu, które będą stanowiły bazę do wymiany spostrzeżeń i poglądów. Bardzo istotną rolę i źródło będzie tu odgrywała książka Malcolma Gladwell-a „The Tipping Point – How Little Things Can make a Big Difference”. Jak również artykuły prasowe. Będziemy wspomagać się również filmami.

Będziemy korzystać z obserwacji oraz spotkań z ludźmi ze świata biznesu oraz działań dobroczynnych.

Podążymy śladami wrocławskiej epidemii z XX wieku podczas wyjazdu projektowego.

ZAMIERZONE EFEKTY PROJEKTU:

Poznanie schematów działań reklamowych i marketingowych firm.

Stanie się bardziej świadomymi konsumentami i uczestnikami społeczeństwa.

Znalezienie inspiracji do podejmowania działań służących polepszeniu się życia społeczeństwa.

Pogłębienie zdolności kojarzenia faktów i myślenia przyczynowo skutkowego.

Poznanie różnych spojrzeń na sprawę etyki biznesu i odpowiedzialności za klienta.

Poszerzenie umiejętności pracy zespołowej.

Nauczenie się lub zgłębienia metod planowania i organizacji pracy w zespole poprzez tworzenie planu i realizację wydarzeń projektowych oraz wyjazdu.