

# Респект Цоммерциал

За пројекат Респект Унит, направимо сценарио и или извести или снимити акоммерцијални промовисање поштовања у нашој школи. Наш циљ је да промовишемо поштовање у погледу говора, слушања и комуникације.

## Концепт(и) љубазности

Храброст, љубазност,  
Рањивост, понизност

## Временски оквир пројекта

1-2 недеље, раздвојено по потреби  
према распореду часова

## Потребни материјали

- ☐ Уређаји или материјали за прављење белешки за писање или цртање
- ☐ Одговарајућа технологија за снимање рекламе (ако се снима)
- ☐ Ако изводите рекламу уживо, планирајте унапред за кога ученици могу да наступају. Наступ уживо биће много другачије искуство од снимљене рекламе, тако да ће можда бити потребна додатна вежба.
- ☐ Ако снимате, планирајте унапред како да покажете готов производ школском органу и другом особљу/администрацији. Не желите ученика тешко рад остаје непрегледан!

## Мапа стандарда

Овај пројекат је усклађен са компетенцијама ЦАСЕЛ-а, националним стандардима здравственог образовања, стандардима Међународног друштва за технологију у образовању, када је применљиво, и заједничким основним државним стандардима. Молимо погледајте на [Мапа стандарда](#) за више информација.

Реклама треба да истакне поштовање културе ипоказати разноликост унутар наше школе. Дакле, сетите се свега што сте научили у последње четири недеље. На високом нивоу, хајде да размислимо о стварима које смо научили и о кључним лекцијама или идејама које су вам остале запамћене.

## 1. ДЕО (1. недеља)

Од почетног концепта браинсторминг, имају ученици мозгају кључну(е) идеју(е) на коју желе да се фокусирају (из онога што су научили у јединици) и централну поруку коју желе да људи пренесу из њихове рекламе.

Након што је неко видео рекламу, шта ће научити?  
Шта ће памтити?

Одатле, наставите да ученици заједно раде на сценарију или мапирању рекламе. Ово се може урадити на белој табли или на рачунару на екран пројектован на паметну таблу или зид. Ученици треба да воде дискусију и фасилитирају, иако би требало да будете присутни да бисте водили њихово размишљање и идеје. Подсетите ученике да не користе пристрасност у својим порукама и да испоруче нешто што је истинито и одражава вредности поштовања које су научили у јединици.

Ако се сви ученици не осећају пријатно на почетном делу креативног писања, можете задати неке ученике да размисле о страни снимања. Која технологија је потребна или доступна? Да ли би били заинтересовани за снимање и монтажу? Ако снимају рекламу, ови ученици би могли да разговарају са технолошким координатором или наставником рачунара о коришћењу школског канала друштвених медија (ако постоји) и хостовању видео снимка на веб страници школе.

Прва недеља би требало да буде посвећена писању рекламе, која би требало да траје само око минут (иако ово прилагодите како год желите).

## ПАРТ2 (Недеља2)

Друга недеља је посвећена увежбавању рекламе и њеном приказивању. Испорука може значити или стризвођење за другу групу (можда млађи разред) или снимање. Биће важно да прво увежбате како би крајњи производ био јасан. Подсетите ученике да треба да користе вештине комуникације које су научили када износе ову поруку о комуникацији. Они желе да моделирају управо оно што њихова реклама покушава да пренесе.