

Akademia Oli

Mapa kursu / osiem lekcji

Reklama, influencerzy i lokowanie

O2-K5 / 8 × 45 min / 8-9 lat



Osiem lekcji odkrywczej wyprawy

8 × 45 minut = 360 minut, czyli 6 godzin zegarowych.

Wariant 8-9 lat



Mapa wyprawy: Reklama, influencerzy i lokowanie

O2-K5 / 8 × 45 min / 8-9 lat

Na początek

Dziecko odróżnia ofertę od zadania. Wszystkie marki i produkty są wymyślone.



Co będzie nową umiejętnością?

Dziecko rozpoznaje zachętę do zakupu i porównuje cechy produktu z potrzebą zamiast sławą lub presją czasu.

Finał wyprawy

Karta świadomego odbiorcy reklamy z analizą fikcyjnego materiału i decyzją zakupową.

Do każdej lekcji są karty dziecka i wskazówki dla rodzica: gotowy przykład, własna próba i nowa sytuacja. Można czytać wspólnie i odpowiadać ustnie.



Osiem przystanków: Reklama, influencerzy i lokowanie

O2-K5 / 8 × 45 min / 8-9 lat

1. Do czego zachęca post?

Treść promocyjna nakłania do działania, na przykład zakupu lub wejścia do sklepu.

Ćwiczenie: Wskaż zdanie zachęcające do kupna.

Angielski (opcjonalnie): ad, buy

Temat programu: Treść może zachęcać do zakupu

2. Lubię twórcę, sprawdzam produkt

Sympatia do twórcy nie dowodzi, że polecany produkt pasuje do potrzeb.

Ćwiczenie: Wskaż potrzebę Miry.

Angielski (opcjonalnie): paid promotion

Temat programu: Twórca i współpraca komercyjna



Reklama, influencerzy i lokowanie

O2-K5 / 8 × 45 min / 8-9 lat

3. Marka w opowieści

Produkt może być promowany jako część historii, nie tylko w osobnej reklamie.

Ćwiczenie: Wskaż powtarzaną markę i oznaczenie współpracy.

Angielski (opcjonalnie): the same brand

Temat programu: Produkt w środku historii

4. Wielkie słowa, konkretne cechy

Hasło reklamowe warto przełożyć na cechę potrzebną w zadaniu.

Ćwiczenie: Wskaż cechę pomagającą przenieść mapę.

Angielski (opcjonalnie): Do I need it?

Temat programu: Słowa wzmacniają obietnicę



Reklama, influencerzy i lokowanie

O2-K5 / 8 × 45 min / 8-9 lat

5. Licznik nie wybiera za mnie

Odliczanie może wywoływać pośpiech; nie zastępuje potrzeby ani sprawdzenia ceny.

Ćwiczenie: Wybierz pauzę zamiast kupowania pod presją.

Angielski (opcjonalnie): I can wait

Temat programu: Ograniczona oferta wywołuje pośpiech

6. Porównaj z zadaniem

Produkty porównujemy według potrzebnych cech i ceny, a nie sławy polecającej osoby.

Ćwiczenie: Wybierz torbę zgodną z C.

Angielski (opcjonalnie): useful, price

Temat programu: Porównaj cechy zamiast sławy



Reklama, influencerzy i lokowanie

O2-K5 / 8 × 45 min / 8-9 lat

7. Kampania i jedna decyzja

Powtarzane reklamy mogą dotyczyć jednego produktu; liczba zachęt nie jest dowodem przydatności.

Ćwiczenie: Wskaż potrzebę Miry i rozmiar produktu.

Angielski (opcjonalnie): think before buying

Temat programu: Cała kampania, jedna decyzja

8. Karta świadomego wyboru

Karta wyboru łączy rozpoznanie promocji, potrzebę, cechy i pełny koszt.

Ćwiczenie: Wskaż istniejącą rzecz, która może wystarczyć.

Angielski (opcjonalnie): my careful choice

Temat programu: Karta świadomego odbiorcy

