

# Scenariusz lekcji z wykorzystaniem narzędzi TIK

**Autor scenariusza:** Emilia Kalicka

**Przedmiot:** język angielski

**Poziom nauczania:** poziom ponadpodstawowy

**Szkoła:** Niepubliczne Liceum Ogólnokształcące Altum w Lublinie

**Temat:** What makes a good advert? - speaking and vocabulary practice. Rozwijanie umiejętności mówienia i utrwalanie słownictwa o reklamie w oparciu o materiały audio-wizualne.

**Czas trwania:** 45 min

**Cele ogólne:** Uczeń formułuje wypowiedzi ustne na temat reklam stosując poznane słownictwo.

## Cele szczegółowe

### Poziom wiadomości

#### A. Zapamiętywanie wiadomości. Uczeń:

- ✓ definiuje słownictwa związane z tematem reklamy.

#### B. Zrozumienie wiadomości. Uczeń:

- ✓ rozróżnia słownictwo w zależności od stylu formalnego i nieformalnego,
- ✓ wyjaśnia wady i zalety reklamy.

### Poziom umiejętności:

#### C. Zastosowanie w sytuacjach typowych. Uczeń:

- ✓ opisuje sytuację przedstawioną na obrazku i w materiale video,
- ✓ wyraża swoje opinie związane z reklamą produktów i usług i uzasadnia je,
- ✓ opisuje uczucia i emocje na podstawie ilustracji i materiału wideo,
- ✓ kategoryzuje słownictwo związane z reklamą,
- ✓ wyciąga wnioski na podstawie informacji zawartych w wypowiedzi.

#### D. Zastosowanie w sytuacjach problemowych. Uczeń:

- ✓ ocenia informacje przedstawione w materiałach wizualnych i audiowizualnych,
- ✓ analizuje i ocenia zjawisko reklamy.

### Cele wychowawcze:

- rozbudzanie ciekawości poznawczej uczniów,
- ćwiczenie umiejętności krytycznego myślenia,
- rozwijanie kreatywności uczniów,
- rozwijanie wrażliwości społecznej, moralnej i estetycznej,
- rozwijanie umiejętności współpracy w grupie i podejmowania działań indywidualnych.

### Metody pracy:

- metody aktywizujące: burza mózgów, dyskusja, debata „za” i „przeciw”,
- metoda eksponująca: video,
- metoda komunikacyjna Communicative Approach,
- metoda peer teaching,
- metoda podająca: pogadanka,
- gry dydaktyczne.

### Formy pracy:

- praca indywidualna,
- praca w parach,
- praca w grupach.

### Środki dydaktyczne:

- aplikacja Canva whiteboard,
- aplikacja LearningApps,
- aplikacja Quizlet, Kahoot,
- aplikacja Mentimeter,
- aplikacja Microsoft Whiteboard,

### **Kształtowane kompetencje kluczowe:**

1. Komunikowanie się w języku obcym nowożytnym.
2. Kompetencje informatyczne.
3. Umiejętność uczenia się.

### **Przebieg lekcji:**

#### **I Faza przygotowawcza:**

1. Czynności organizacyjne nauczyciela: przywitanie się, sprawdzenie listy obecności, ustalenie etapów i zasad przebiegu lekcji.
2. Zapoznanie uczniów z celami lekcji (cele sformułowane w języku ucznia) oraz metodami i aplikacjami, które będą stosowane na lekcji.
3. Przedstawienie tematu lekcji: What makes a good advert – speaking and vocabulary practice. Rozwijanie umiejętności mówienia i utrwalanie słownictwa o reklamie w oparciu o materiały audiowizualne.
4. Uczniowie rejestrują się na tablicę canva whiteboard [<https://www.canva.com/online-whiteboard/>]. Każdy uczeń pracuje na własnej tablicy, na której nauczyciel udostępnia materiały i zadania. Na dużej tablicy interaktywnej znajdującej się w sali również jest wyświetlona zawartość tablicy canva whiteboard.

[https://www.canva.com/design/DAF5VLI0\\_VU/3SnERwzJIRvoCsD\\_Km\\_p5g/edit](https://www.canva.com/design/DAF5VLI0_VU/3SnERwzJIRvoCsD_Km_p5g/edit)

#### **II Faza realizacyjna:**

1. Warm-up: uczniowie logują się na udostępniony link w aplikacji **mentimeter** <https://www.menti.com/alz3gba5yg5f> i odpowiadają na pytania w sondażu dotyczącym reklam. Następnie wyniki sondażu w formie wykresu zostają wyświetlone na głównej tablicy i omówione przez uczniów i nauczyciela. Aby korzystać z aplikacji Mentimeter, należy założyć konto na Mentimeter, następnie w celu utworzenia ankiety wybieramy odpowiadający nam szablon. Należy utworzyć Select Answer składający się z trzech odpowiedzi, w przeciwnym razie wyniki sondażu nie będą mogły być wyświetlone.

# Mentimeter

1. I find advertising:

annoying and boring

informative and useful

none/neutral

Submit

Screen 1:

The screenshot shows the Mentimeter web interface. The browser address bar displays the URL: `mentimeter.com/app/presentation/alqwj247dfsa2ucg5bq4kj4xybq9umh/k49vn4a5a8vp/edit`. The interface includes a navigation bar with "New presentation", "EK +", "Share", "Present", and a user icon. On the left, a slide list shows slide 1 titled "1. I find advertising: EK" and slide 2 titled "How often does advertis...". The main content area displays the slide "1. I find advertising:" with a progress indicator and three options: "annoying and boring", "informative and useful", and "none/neutral". A "Speaker notes" section is visible at the bottom. On the right, a "Content" configuration panel is open, showing "Slide type" set to "Multiple Choice", the question text "1. I find advertising:", and two options: "annoying and boring" and "informative and useful". The right sidebar contains "Content", "Design", "Interactivity", and "Templates" tabs, along with a chat icon and a help icon.

Screen 2:

mentimeter.com/app/presentation/alqwj247dfsa2ucg5bq4kjh4xybq9umh/uf9s5vefg47d/edit

New presentation

Join at menti.com | use code 3607 2591

How often does advertising influence your decisions when choosing a product or service?

0 0 0  
very often sometimes never

Speaker notes

Content

Multiple Choice

Add meta description

Question

How often does advertising influence

Add longer description

Options

very often

sometimes

never

+ Add option

2. Uczniowie przechodzą do aplikacji **LearningApps** i skanują kod QR ćwiczenia przygotowanego przez nauczyciela w aplikacji. Uczniowie łączą w pary znane logo/brand ze sloganem reklamowym. Korzystają z telefonów. <https://learningapps.org/watch?v=pa9mebtra24>  
Praca indywidualna. Task 1.

kod QR:



learningapps.org/display?v=pa9mebtra24

Advertising

Turns: 14

Melts in your mouth, not in your hands

Obey your thirst

I'm lovin it

It gives you wings

Create similar App

private App public App Edit App

Odpowiedzi:

### Ćwiczenie 1

I'm lovin it – MacDonald's

Impossible is nothing – Adidas

Obey your thirst – Sprite

Just do it – Nike

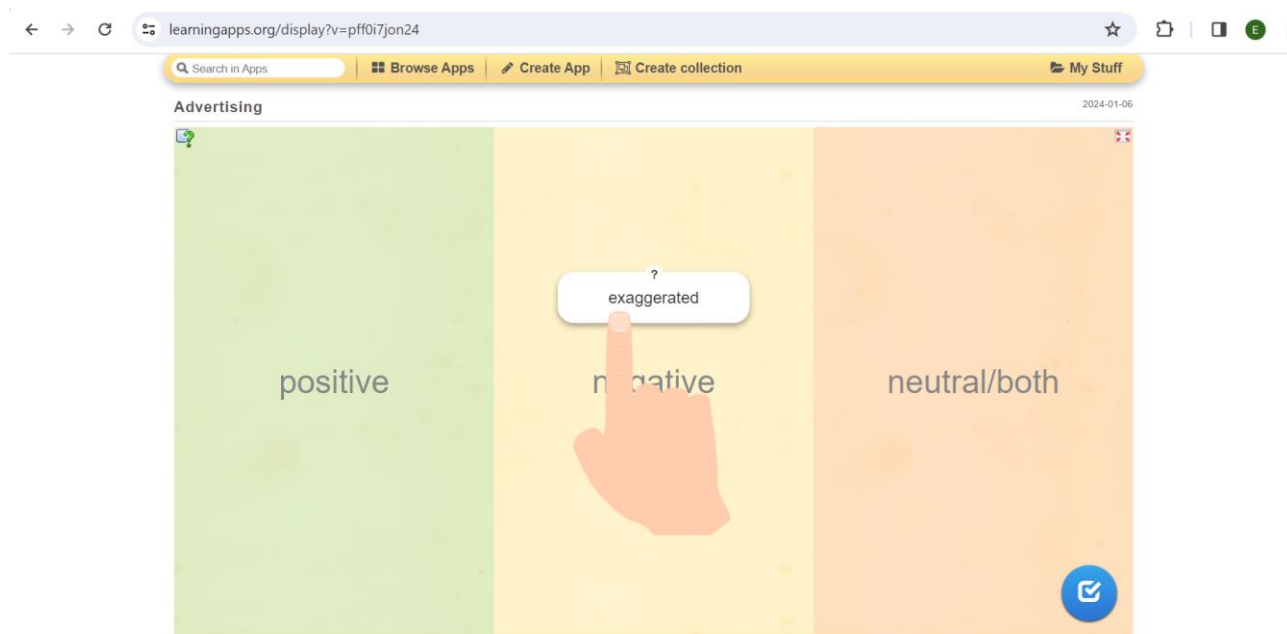
Melts in your mouth, not in your hands – M&Ms

The best or nothing – Mercedes

Betcha can't it just one – Lay's

[...] gives you wings – Redbull

3. Uczniowie otwierają ćwiczenie w aplikacji **LearningApps** na komputerach i przyporządkują przymiotniki opisujące reklamy w następujące kategorie: przymiotniki pozytywne, negatywne i neutralne lub o podwójnym znaczeniu. Ćwiczenie to stanowi przypomnienie słownictwa, którym uczniowie dysponują jak również jest to forma wprowadzenia nowych przymiotników. Praca indywidualna. Task 2. <https://learningapps.org/watch?v=pff0i7jon24>



Odpowiedzi:

### Ćwiczenie 2

Positive: creative, clever, informative, entertaining, amusing, thought-provoking, inspirational, memorable, catchy, sensational

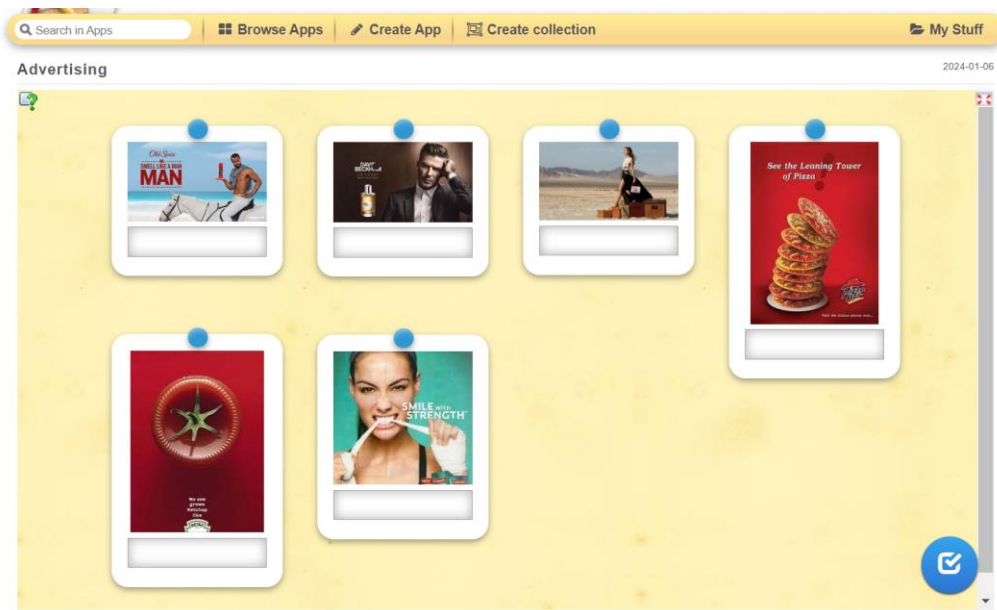
Negative: pushy, dull, silly, misleading, intrusive, exaggerated

Both/Neutral: persuasive, complex, controversial, tempting

4. Uczniowie stosują przymiotniki z poprzedniego ćwiczenia opisując reklamy. Obrazki reklam są przedstawione na tablicy Canva Whiteboard jak również w aplikacji LearningApps. Uczniowie wybierają po dwie reklamy, które opisują w parach, a następnie wymieniają się refleksjami. Praca w parach. Task 3.

<https://learningapps.org/watch?v=pu5p9xb2n24>

Odpowiedzi własne uczniów.



5. Praca z filmem. Uczniowie oglądają video na temat perswazji reklam i odpowiadają ustnie na pytania przygotowane przez nauczyciela w aplikacji LearningApps. Task 4.

<https://learningapps.org/watch?v=puxrc25bt24>

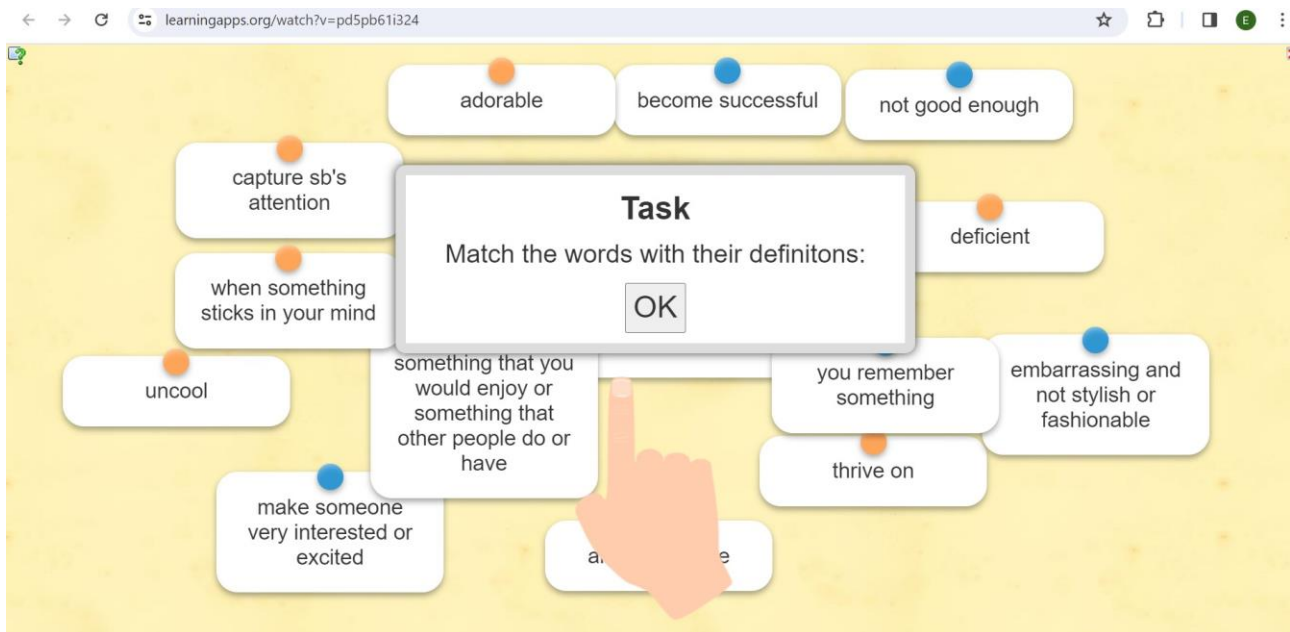
Odpowiedzi:

Pytanie 1: thrives on

Pozostałe pytania odpowiedzi własne uczniów

6. Uczniowie wykonują ćwiczenie leksykalne związane ze słownictwem z filmiku w aplikacji LearningApps. Korzystają z komputerów. Praca indywidualna.

<https://learningapps.org/watch?v=pd5pb61i324> Task 5.



Odpowiedzi:

#### Ćwiczenie 5

thrive on – become successful

goal – aim or purpose

adorable – very attractive

capture sb's attention – make someone very interested or excited

deficient – not good enough

miss out - not to do or have something that you would enjoy or something that other people do or have

uncool - embarrassing and not stylish or fashionable

when something sticks in your mind - you remember something

#### 7. Uczniowie dyskutują na temat cytatu:

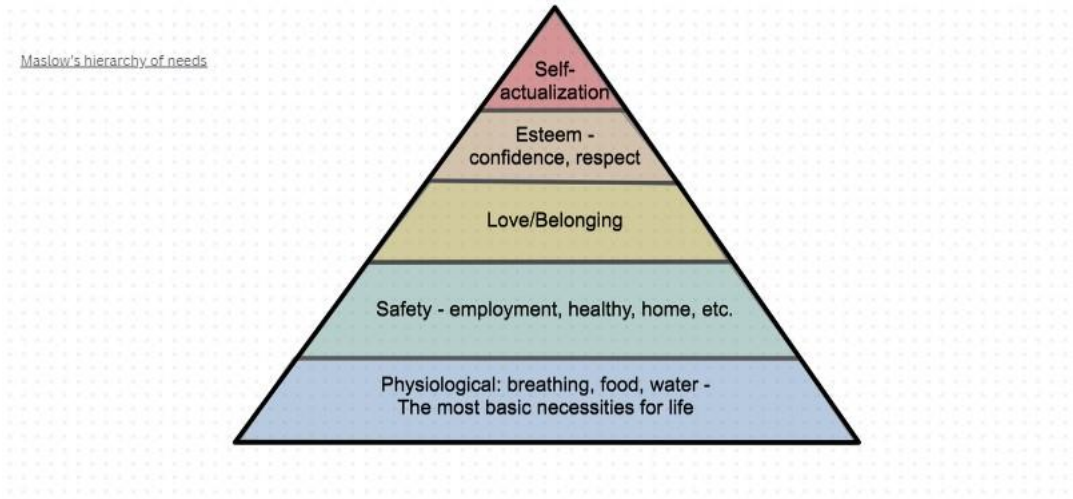
*"Don't tell me how good you make it; tell me how good it makes me when I use it."*

Leo Burnett (1891 – 1971)

Pytania dotyczące cytatu są przedstawione na tablicy Canva Whiteboard udostępnionej na ekranie głównym wraz z tablicą potrzeb wg Masłowa. Uczniowie zastanawiają się na czym polega reklama produktu lub usługi, w czym tkwi jej istota i co decyduje o jej sukcesie. Uczniowie w grupach rozmawiają na temat potrzeb poruszanych w reklamach oraz analizują reklamy pod kątem potrzeb fizjologicznych np. sen, jedzenie, potrzeby bezpieczeństwa czy przynależności itp. Uczniowie zastanawiają się jak reklamy produktów lub usług przedstawiają ludzkie potrzeby, w jaki sposób na nie odpowiadają i obiecują ich spełnienie. Co ważne, powinni zwrócić uwagę na siłę oddziaływania reklam. Później uczniowie logują się na aplikację [<https://www.kialo-edu.com>] i w grupach wpisują argumenty za lub argumenty przeciw wyżej przedstawionemu stanowisku (cytat) dotyczącemu reklam a następnie przedstawiają swoją opinię. Task 6.

## Ćwiczenie 6

Odpowiedzi własne uczniów.



*Discuss the quote. What is advertising about? Do you agree with the statement? [Na czym polega reklama? Czy zgadzasz się ze stanowiskiem podanym w cytacie? Pros - argumenty popierające stanowisko, Cons - argumenty przeciwne]*

→ [kialo-edu.com/p/344d54a4-6d42-4661-a705-19e2ebba58a9/124736](https://kialo-edu.com/p/344d54a4-6d42-4661-a705-19e2ebba58a9/124736)

edu Advertising Log In Sign Up

? ⓘ ⚙️ Share

🔒 🔒

📄

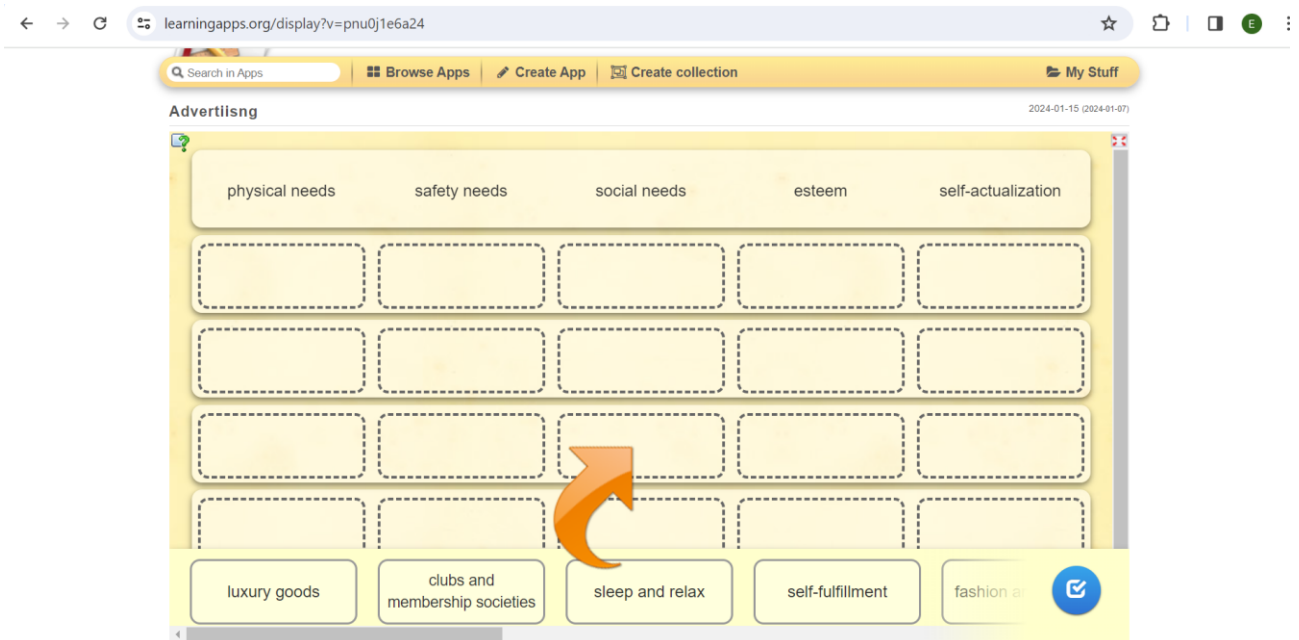
🗨️

“Don't tell me how good you make it; tell me how good it makes me when I use it.” Leo Burnett (1891 – 1971), American advertising executive

Pros + Cons +

8. Uczniowie w grupach przypisują przykłady produktów/usług do rodzajów potrzeb. Wykonują ćwiczenie w aplikacji LearningApps <https://learningapps.org/watch?v=pnu0j1e6a24> Task 7.





Odpowiedzi:

### Ćwiczenie 7

Physical needs: sleep and relax, food and drink, fitness

Safety needs: insurance, security products

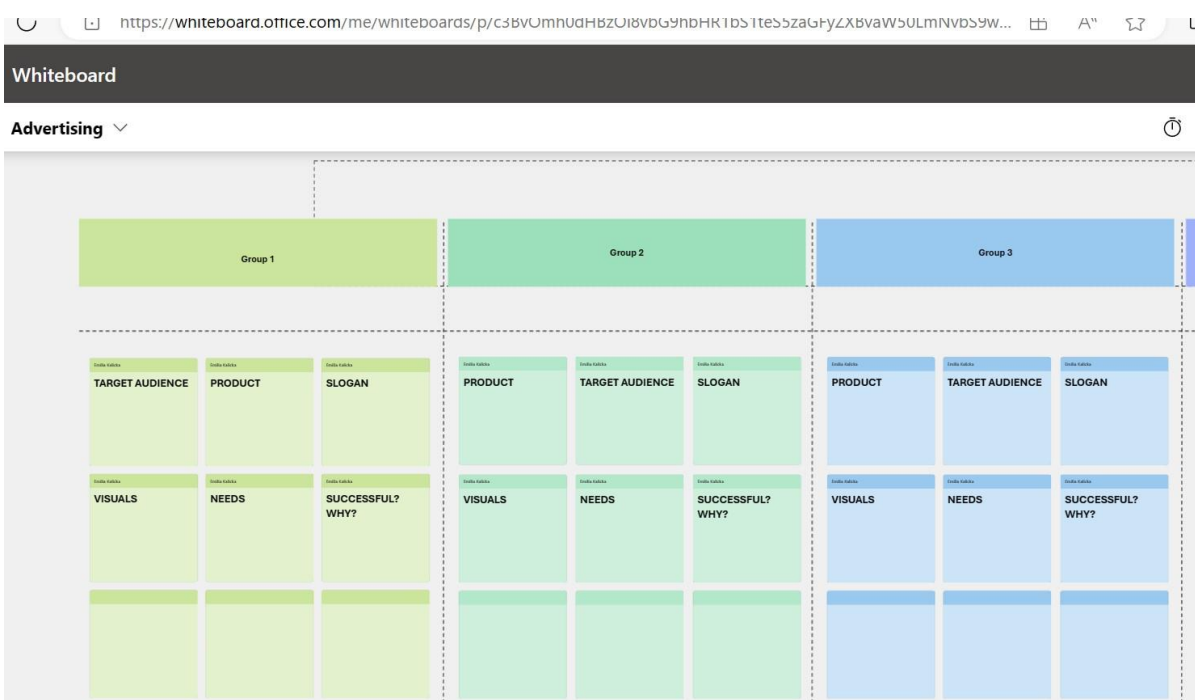
Social needs: dating, family and friends themes, clubs and membership societies

Esteem: luxury goods, cosmetics, fashion and clothes

Self-actualization: self-fulfillment, realizing personal potential

### III. Faza podsumowująca:

9. Następnie uczniowie zostają podzieleni w zespoły 3-osobowe lub 4-osobowe. Zadaniem uczniów jest obejrzenie dwóch reklam. Każdy zespół wybiera dla siebie zestaw reklam a następnie osoby z danego zespołu dyskutują i dzielą się między sobą refleksjami czego efektem jest ćwiczenie w aplikacji Microsoft Whiteboard [<https://whiteboard.office.com/>]. Każda grupa przedstawia swoją opinię na temat obejrzanych reklam. Task 8.



## Ćwiczenie 8

Odpowiedzi własne uczniów

### **IV. Praca domowa:**

Dla wszystkich: Uczniowie zostają podzieleni na dwa zespoły, których zadaniem jest utworzenie quizu w aplikacji Quizlet lub Kahoot dla drugiego zespołu w oparciu o słownictwo i wyrażenia z lekcji. Uczniowie przesyłają quiz kolegom i koleżankom z grupy przeciwnej i na konto nauczyciela.

Dla chętnych: praca domowa to stworzenie reklamy dowolnego produktu lub usługi w formie krótkiego filmiku lub grafiki w oparciu o zagadnienia poruszane na lekcji. Praca zespołowa 2-3 osobowa.