

Projekt - naziv:	Let's try digital marketing!
Naziv eTwinning projekta:	Branding Between Borders https://school-education.ec.europa.eu/hr/etwinning/projects/branding-between-borders
Nastavnici:	Željka Winkler Monika Škalec Suzana Ban
Međunarodni partneri:	Norveška – Martin Eivik Italija – Rosita Fiorenza
Cilj:	• istražiti te kritički pristupiti marketingu na društvenim mrežama • kritički promišljati o informacijama koje se objavljuju na socijalnim mrežama • razvijati poduzetnički duh kod učenika • izgraditi osobni brend • analizirati virtualni i stvarni identitet • uspješno komunicirati s javnim ustanovama te razviti marketinšku strategiju u promociji javne ustanove • proučiti pojam <i>održivog razvoja</i> te povezati s <i>održivim marketinškim strategijama</i> na primjerima uspješnih turističkih destinacija • razvijati komunikacijske i prezentacijske vještine • razvijati digitalne i kreativne vještine • razvijati vještinu suradnje u međunarodnom timu
Aktivnosti: <i>*Aktivnosti će biti provedene kombinirano: na mobilnostima u Roccelli, Zaprešiću i Greakeru te na eTwinningu.</i>	1. Marketinška strategija u promociji turističke destinacije a. Učenici podijeljeni u međunarodne timove (pet timova) istražuju i kritički promišljaju kako pristupiti promociji turističke destinacije. b. Učenici analiziraju komparativne prednosti Roccelle Ionice te odlučuju tko će im biti ciljana skupina te na koje potrebe ciljane publike će odgovoriti. c. Učenici kreiraju slogan kojim će privući ciljanu skupinu te ukratko reći glavnu poruku kojom reklamiraju destinaciju. d. Učenici istražuju primjere održivosti u Roccelli e. Učenici u izrađuju promotivne brošure i videa kojima reklamiraju turističku destinaciju. 2. Marketinška strategija u promociji javne ustanove a. Učenici u nacionalnim timovima istražuju primjere najbolje brendiranih javnih organizacija u svojim zemljama (Italiji, Norveškoj i Hrvatskoj) te ih prezentiraju ostalima. b. Učenici podijeljeni u međunarodne timove (pet

	timova) istražuju o zadanoj javnoj ustanovi u Zaprešiću (Knjižnicu Ante Kovačića, CEZAM, Kuglački klub, Foto kino video klub u Zaprešiću te Komunalno-reciklažno dvorište). c. Učenici kreiraju marketinšku strategiju za promociju zadane ustanove te izrađuju promotivne brošure i video uratke. d. Učenici vršnjački vrednuju uratke drugih timova. 3. Osobni marketing – “biti influencer” a. Učenici predstavljaju influencera iz svoje zemlje te analiziraju zašto su izabrali predstaviti baš dotičnu osobu. b. Učenici analiziraju rad influencera. c. Učenici od zadane osobe stvaraju influencera. d. Učenici kritički promišljaju o društvenim mrežama na kojima se influenceri predstavljaju.
Ishodi i integracija s kurikulumom:	● Hrvatski jezik: ○ vrednovati informacije ○ propitivati radi postizanja razumijevanja i/ili dati odgovore ○ oblikovati govorni i/ili pisani tekst ○ razlikovati provjerene i neprovjerene izvore informacija ○ kreirati slogane ○ kreirati radove služeći se različitim tehnikama, oblicima izražavanja i medijima ○ predstaviti svoj rad individualno ili timski ● Engleski jezik jezik: ○ komunicirati u timu ○ kreirati slogane ○ Istraživati i analizirati tekst ○ istražiti kulturne, prirodne i povijesne znamenitosti zadane turističke destinacije ○ kreirati promotivnu brošuru ○ kreirati video s titlovima ○ predstaviti rezultate (video i brošura) ● Etika: ○ Kritički promišljati o utjecaju medija na formiranje identiteta i javnog mišljenja ○ razlikovati elemente osobnog i kolektivnog identiteta ○ analizirati moguće oblike održivosti ○ komentirati ekološke probleme suvremenog svijeta ○ surađivati u međunarodnom timu ● Politika i gospodarstvo: ○ analizirati izazove ekonomije u sklopu održivog gospodarskog razvoja ○ istražiti ekonomski potencijal gospodarstva lokalne zajednice ● Sociologija:

	○ diskutirati o društvenim odnosima, pojavama i procesima u lokalnoj zajednici ○ usporediti pozitivne osobne i društvene vrijednosti ● Psihologija: ○ interpretirati čimbenike koji utječu na odnose pojedinca i drugih ● Geografija: ○ prikazati načela održivoga razvoja ○ objasniti važnost očuvanja i promicanja lokalnoga, regionalnog i nacionalnog identiteta, uz poštovanje različitosti ○ identificirati koncept održivosti s tri aspekta: društvenoga, ekološkog i ekonomskog ● Informatika: ○ razviti vještinu za uporabu informacijske i komunikacijske tehnologije (digitalna pismenost) kojom se oblikuju, spremaju, pretražuju i prenose različiti multimedijски sadržaji ○ upotrijebiti multimedijске programe za ostvarivanje složenijih ideja u komunikacijskome ili suradničkome okruženju ○ vrednovati novomedijske tehnologije ○ razviti digitalnu pismenost i komunikaciju ○ kreirati digitalne uratke ○ primjeniti pravila o sigurnosti na mreži, zaštiti podataka, elektroničkom nasilju i brizi o svom digitalnom ugledu ● Poduzetništvo ○ prepoznati potrebu razvoja marketinga i marketinških vještina kao preduvjet uspješnog razvoja poslovanja ○ razviti komunikacijsko prezentacijske vještine koje su nam potrebne za poslovanje ● Marketing ○ prepoznati elemente marketinškog spleta ○ spoznati kanale digitalne komunikacije ○ spoznati proces marketinškog planiranja ○ kategorizirati marketinške strategije ○ uočiti važnost interneta i njegovih alata kao kanala distribucije ○ ostvariti marketinšku komunikaciju potrebnu za uspješnost poslovanja i povezivanja s korisnicima kroz digitalne alate ○ samostalno izraditi marketinšku kampanju korištenjem nekoliko različitih tehnika i alata digitalnog marketinga ○ izraditi oglas u skladu s različitim kanalima digitalnog marketinga
--	--

Međupredmetne teme:	• Uporaba IKT-a: ○ kritički procijeniti utjecaj tehnologije na čovjeka ○ samostalno provoditi složeno pretraživanje informacija u digitalnome okružju ○ samostalno kritički procijeniti proces, izvore i rezultate pretraživanja, odabire potrebne informacije ○ kreirati u digitalnom okruženju • Osobni i socijalni razvoj ○ razviti osobne potencijale ○ razviti komunikacijske kompetencije ○ suradnički učiti i raditi u timu • Učiti kako učiti ○ samostalno tražiti nove informacije iz različitih izvora, transformira ih u novo znanje i uspješno primjenjuje pri rješavanju problema ○ koristiti se različitim strategijama učenja i samostalno ih primjeniti u ostvarivanju ciljeva učenja i rješavanju problema u svim područjima učenja ○ samostalno kritički promišljati i vrednovati ideje • Građanski odgoj i obrazovanje ○ Promicati toleranciju i multikulturalizam • Poduzetništvo ○ primijeniti inovativna i kreativna rješenja ○ osmislići promotivnu kampanju ○ prepoznaje važnost marketinga za rast i razvoj poslovanja
Metode:	• projektno podučavanje: učenici osmišljavaju i provode projektne korake u međunarodnom timu • terenska nastava: učenici istražuju o posebnostima javne ustanove te snimaju kadrove koje koriste u brošuri i videu • suradničko učenje: učenici sve projektne zadatke obavljaju u svojem međunarodnom timu. • vršnjačko učenje: predstavljanje videa i brošura ostalim timovima te vršnjački vrednuju (predlažu poboljšanja)
Očekivani rezultati:	• Google site sa svim videima i brošurama nastalim tijekom projekta
Komunikacija između učenika i nastavnika na razini škole i na europskoj razini (eTwinning projekt):	• WhatsApp grupa • suradnja u oblaku (Google disk) • TwinSpace • Zoom
Upotreba tehnologije:	• laptop/PC, mobitel, online alati
Vrijeme realizacije	• kraj školske godine 2022./23.

projekta:	
Vrednovanje uspjeha projekta:	• samovrednovanje • upitnici (Google forms) nakon svake mobilnosti i na kraju projekta