



Euroopa Liit
Euroopa struktuuri-
ja investeerimisfondid



Eesti
tuleviku heaks

Koolitusprogramm
Digivõti



HARIDUS- JA NOORTEAMET

SOTSIAALREKLAAM

ÕPILOO KOOSTAJA JA KOOSTAMISE AEG

Madli-Maria Naulainen, Kuressaare Gümnaasium, 2019

ÕPIVÄLJUNDID

- Õpilane teab, mis on sotsiaalreklaam.
- Õpilane analüüsib sotsiaalreklaame.
- Õpilane arutleb ühiskonna harjumuste ja käitumise üle.
- Õpilane kasutab digivahendit reklaami loomiseks.

DIGIPÄDEVUS

1. INFO- JA ANDMEKIRJAOSKUS

- 1.1 Andmete, info ja digisisu otsing, sirvimine ja filtreerimine.
- 1.2 Andmete, info ja digisisu hindamine.
- 1.3 Andmete, info ja digisisu haldamine.

2. SUHTLUS JA KOOSTÖÖ DIGIKESKKONNAS

- 2.1 Suhtlemine digitehnoloogia abil.

-

3. DIGISISU LOOMINE

- 3.1 Digisisu arendus.
- 3.2 Digisisu kohandamine.
- 3.3 Autoriõigus ja litsentsid.

5. PROBLEEMILAHENDUS

- 5.2 Digitehnoloogiate valik.

SIHTRÜHM JA AINE

6. kl (II kooliaste), 9. kl (III kooliaste), 12. klass (gümnaasium), ühiskonnaõpetus.

LÕIMITUD ÕPPEAINED

Ühiskonnaõpetus, eesti keel, muusika, kunst, majandus- ja ettevõtlusõpetus.

TEGEVUSED

ÕPETAJA TEGEVUSED	ÕPILASE TEGEVUSED
-------------------	-------------------

2* 24 minutit

MEETODITE KIRJELDUS

- Rühmatöö

MATERJALID ÕPETAJALE

Mis on sotsiaalklaam?

Reklaam kui sotsiokultuuriline kommunikatsioon

Digiõpilugu on uuendatud 05.10.2021

Käesolevale õpiloolle kehtib Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 rahvusvaheline litsents.

Keskkonnad vananevad kiiresti. Kui märkate õpiloos parendamist vajavaid kohti, siis andke palun märku aadressil digipadevus@harno.ee.

Kasutades seda õpilugu palume kinni pidada isikuandmete kaitse määrusest (GDPR).