



*Korištenje Office-a 2003 u
izradi školskih projektnih
zadataka*

Saida Deljac

**Željeznička tehnička škola u
Zagrebu**

CUC, Dubrovnik, 21. studenog 2006.

O čemu će biti riječ...

1. O projektno orijentiranom učenju kao metodologiji podučavanja
2. O rezultatima projekta “Korištenje office-a 2003 u izradi školskih projektnih zadataka”
 - Osnovni koncept: (teme i ciljevi zadataka, namjena i primjena zadataka)
 - Metodologija, tehnologija i dizajn - PRIMJERI
 - Evaluacija - PRIMJER
 - Projektni tim
3. Pitanja

O projektno orijentiranom učenju kao obliku podučavanja

- ✦ orijentirano na istraživačko učenje
- ✦ osim u razredu, može uključivati i izlaske na teren (posjet tvrtci, tvornici, botaničkom vrtu, muzeju,
- ✦ korištenje različitih izvora informacija
- ✦ korištenje različitih medija
- ✦ korištenje tehnologije
- ✦ korištenje timova
- ✦ komuniciranje u rješavanju problema

Teme zadataka

Izrada marketinškog plana

Učenici:

- provjeravaju istinitost u oglašavanju
- odabiru proizvod tvrtke koji će promovirati
- analiziraju ciljno tržište
- osmišljavaju upitnik o zainteresiranosti i plan cijena
- osmišljavaju različite promotivne materijale, uključujući brošuru, letak, priopćenje za tisak i prezentaciju



Trajanje svakog zadatka:

10-15 školskih sati

Planiranje budućeg zanimanja

U ovom projektu učenici:

- istražuju zanimanja i razvijaju svoje interese za mogućim zanimanjima
- analiziraju mogućnosti zapošljavanja
- pišu životopis
- kreiraju bazu zanimanja

Teme zadataka



Pametno kupovanje

U ovom projektu učenici:

- uče o pravima potrošača
- shvaćaju koncept potrošačkih prava i obaveza
- istražuju i analiziraju cijene namirnica odabranih za ekonomičan i uravnotežen obrok
- prave sažetak svojeg istraživanja i prezentiraju ga pred ostalim učenicima

Izrada školskih novina

U ovom projektu učenici:

- analiziraju i shvaćaju pojam medijske cenzure i slobode izražavanja
- istražuju i analiziraju sadržaje i oblikovanja tiskanih i on-line novina i časopisa
- analiziraju i shvaćaju pojam plagiranja i etike u novinarstvu
- analiziraju različite stilove novinarskog pisanja
- analiziraju i shvaćaju Zakon o intelektualnom vlasništvu i Zakona o zaštiti autorskog prava
- istražuju, pišu i pripremaju za tisak novinske članke
- uče kreirati i uređivati dokumente u svrhu proizvodnje novina, ispisuju i prezentiraju gotove novina pred ostalim učenicima

Upute za rad za nastavnike i učenike

Izrada marketinškog plana

Projektni zadatak

Dobro razvijeni marketinški i oglasni planovi ključni su za uspješno lansiranje novog proizvoda. Na početku ovog projekta učenici će osmisliti marketinški i oglasni plan za novi proizvod analiziranjem tinejdžerskog tržišta, utvrđivanjem željenog proizvoda ili usluge, osmišljanjem plana i strategije te promoviranjem proizvoda. Proučit će i moralna pitanja vezana uz istinu u oglašavanju. Učenici će osmisliti brošuru i letak uz pomoć programa MS Word, plan cijena uz pomoć programa MS Excel, priopćenje za tisak uz pomoć programa MS Outlook i uvjerljivu prezentaciju uz pomoć programa MS PowerPoint-a.

Glavni izbornik

Za nastavnike

Za učenike

Motivacija za učenje-Izazovi

Planiranje budućeg zanimanja

Izazov

Kako doseći uspješan posao?

Kao učenik srednje škole trebate početi ispitivati moguće poslove koji su dostupni. Čak i ovako rano važno je razviti odabir zanimanja koji identificira vaše poslovne interese i ciljeva.

Trebate prikupiti informacije o različitim mogućnostima poslova koji vam se nude, te o zahtjevima u praksi i obrazovanju koji su neophodni da bi pravovaljano obavljali taj posao. Također, moguće poslove morate sortirati kako biste olakšali istraživanje.

Glavni izbornik

Za učenike

- Izazov
- Zadaci
- Opcenito o lekcijama
- Lekcija 1
- Lekcija 2
- Lekcija 3
- Popis materijala
- Popis web adresa

Zadaci koje treba izvršiti

Izrada marketinškog plana

Popis zadataka

U ovom će dijelu vaš tim (do 4 učenika) izvršiti sljedeće zadatke:


1. Odlučiti o nazivu odjela i osmisliti logotip.
2. Analizirati tinejdžersko tržište provođenjem istraživanja, razgovora i upitnika.
3. Odrediti koji će se novi proizvod ili usluga najprije lansirati.
4. Sastaviti priopćenje za tisak o proizvodu u formatu e-pošte koje će se poslati elektronskim putem.

 **Glavni izbornik**

 **Za učenike**

 **Izazov**

 **Zadaci**


 **Opcenito o lekcijama**

 **Lekcija 1**

 **Lekcija 2**

 **Lekcija 3**

 **Popis materijala**

 **Popis web adresa**

Lekcije

Izrada novina

Lekcija 2: NOVINARSKA ETIKA

Vježba 2: Glavni novinarski rizik - PLAGIJAT

Jedan od glavnih rizika novinara, kao i učenika u svim obrazovnim ustanovama, je plagiranje, tj. prisvajanje tuđeg autorskog djela.

1. Što je *plagijat*?

Plagijat je književno, znanstveno ili drugo djelo koje je nastalo prepisivanjem u cijelosti, u bitnim ili u prepoznatljivim dijelovima i prisvajanjem tuđega rada uloženog u djelo.

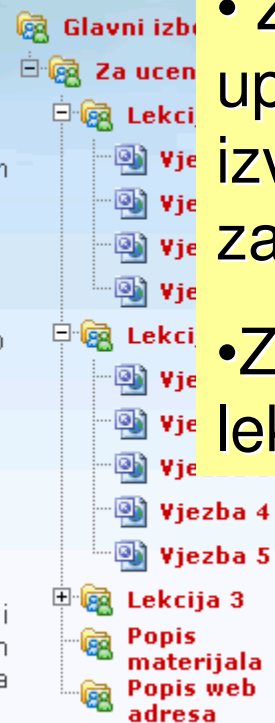
2. Što znači *plagirati tuđi rad*?

Primjer:

U obilju informacija na web stranicama učenici dolaze u iskušenje i primjenjuju često naredbe "kopiraj i zalijepi" gotovih radova drugih stvaralaca bez citiranja stvarnog teksta i imena i prezimena njegova autora.

Na web stranicama pročitajte više o plagijatu:

http://www.nnslovniforum.hr/zakoni/kndeks_novinaras.asp



- Glavni izbor
- Za učenike
 - Lekcija 2
 - Vježba 1
 - Vježba 2
 - Vježba 3
 - Vježba 4
 - Vježba 5
 - Lekcija 3
 - Vježba 1
 - Vježba 2
 - Vježba 3
 - Vježba 4
 - Vježba 5
- Lekcija 3
 - Popis materijala
 - Popis web adresa

- Za nastavnike - upute za izvođenje zadataka

- Za učenike- lekcije za učenje

Materijali za podučavanje

Prezentacije za
lekcije

The screenshot displays a Windows desktop environment. In the foreground, a presentation window titled 'Osviještenost potrošača' (Consumer Awareness) is open. The slide content includes:

- Da bi postali učinkoviti u svojem odabiru i uporabi dobara i usluga:
 - Potrošači trebaju:
 - Dobiti informacije
 - Znati kako upotrijebiti informacije
 - Potrošači moraju:
 - Biti u mogućnosti upravljati financijskim izvorima
 - Uspoređivati i procjenjivati proizvode i usluge.

Below the slide, a text box contains a summary: 'Potrošači trebaju informacije i trebaju znati kako ih uporabiti da bi postali učinkoviti u svojem odabiru i uporabi dobara i usluga. Potrošači moraju biti u mogućnosti upravljati financijskim izvorima, sakupiti informacije o proizvodima i uslugama te uspoređivati proizvode u cilju pametnog odabira. Jesu li današnji učenici svjesni činjenica o sigurnosti proizvoda, potrošačkim pravima i organizacijama koje su odgovorne da bi štatile njihova potrošačka prava?'.

In the background, a Microsoft Word window titled 'Dokument1 - Microsoft Word' is open, showing the 'Umetanje' (Insert) menu with options like 'Prijelom...', 'Brojevi stranica...', 'Simbol...', and 'Slika...'. A Windows Media Player window is also visible at the top, showing 'Reproducira se sad' (Now playing).

Multimedijski zapisi

Vježbe za učenike

Izrada novina

Lekcija 1:

Sloboda u izražavanju – cenzura

Vježba 1: Rasprava o medijskoj cenzuri i slobodi izražavanja

U razredu se podijelite u timove od po četiri učenika.

U svakom timu ponaosob raspravljajte o niže navedenim pitanjima i pišite zaključke rasprave.

Predstavnik svakog tima učenika u razredu iznosi zaključke svojega tima.

1. Kakav utjecaj imaju izrečene klauzule i članci koji se odnose na zaštitu ljudskih prava i slobode tiska na vaše razmišljanje? Jesu li potrebni u današnjem društvu?

Glavni izbornik

Za učenike

Lekcija 1

Vježba 1

Vježba 2

Vježba 3

Vježba 4

Lekcija 2

Vježba 1

Vježba 2

Vježba 3

Vježba 4

Vježba 5

Lekcija 3

Popis

materijala

Popis web

adresa

Vježbe i prezentacije za učenike - gotovi predlošci-

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Ime člana tima	Ime proizvoda	Kategorija proizvoda	Vrsta trgovine	Ime trgovine	Cijena proizvoda	Količina	Mjerna jedinica
2	Karlo Horvat	Sortiraj uzlazno Sortiraj silazno (Sve) (Prvih 10...) (Prilagođeno...)	Sveže meso, piletina, riba	Hipermarket	Getro	30,85 kn	0,562	kg
3	Karlo Horvat	Banane, unifruit Coca Cola Juneći but PIK Juneći but Ravlič	Voće i povrće	Hipermarket	Getro	8,98 kn	1,636	kg
4	Karlo Horvat	Kraš, Cool mlječna Kruh, mlječni franc (Praznine) (Bez praznina)	Kruh, tjestenina, riža, žitarice	Hipermarket				
5	Karlo Horvat	Kraš, Cool mlječna čokolada	Deserti	Hipermarket				
6	Karlo Horvat	Coca Cola	Piće	Hipermarket				
7	Karlo Horvat							

112 110 108 106 104 102 100 98 96 94 92 90 88 86 84 82 80 78 76 74 72 70 68 66 64 62 60 58 56 54 52 50 48 46 44 42 40 38 36 34 32 30 28 26 24 22 20 18 16 14 12 10 8 6 4 2 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Slajdovi s obojanom pozadinom (slajdovi 1,3,5, itd.) sadrže upute (i predloške) za informacije koje trebate napisati na bijele sladove (slajdovi 2,4,6, itd.).

Slajdovi sa uputama su Skriveni slajdovi i neće se pojaviti kada startate prezentaciju s naredbom **Dijaprojkcija/Pokaži projekciju**

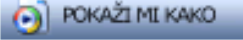




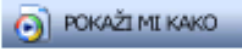


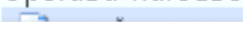
Uvod

Kreativno i zanimljivo pokretanje

Multimedijski vodič za pomoć učenicima – **POKAŽI MI KAKO** -

Multimedijski vodiči:

Microsoft Word

- Pokretanje programa MS Word-u 
- Dodavanje alatne trake u MS Word-u 
- Prilagodba alatnih traka vlastitim potrebama 
- Kreiranje novog dokumenta u Microsoft Word-u 
- Pohranjivanje dokumenta u odgovarajuću podmapu unutar mape svog tima 
- Otvaranje postojećeg dokumenta 
- Revidiranje dokumenta i Uporaba naredbe Track Changes 
- Objašnjenje alatne trake 
- Uporaba naredbe Comment uz dodavanja i brisanje komentara 

Istraživanje za učenike – koriste se hrvatske web stranice

Pametno kupovanje

Popis web-adresa za istraživanje

Prava i obaveze potrošača

- <http://www.huzp.hr/>
- <http://www.poslovniforum.hr/potrosac/>
- <http://zadarski-potrosac.org/>
- <http://www.potrosac.org>
- <http://www.poslovniforum.hr/eu/eu21.asp>

Online trgovine prehrambenim artiklima

- <http://online.konzum.hr>

... » « ...

Glavni izbornik

- Za učenike**
 - Problem
 - Zadaci
 - Opisi lekcija
 - Lekcija 1
 - Lekcija 2
 - Lekcija 3
 - Popis materijala
 - Popis web adresa

To su izvori informacija za vježbe, zadatke i prezentacije

Evaluacija radova učenika

PROJEKT

2

UPITNIK

Izrada marketinškog plana

Ljestvica upitnika za ocjenu marketinškog plana

1 = Ne ispunjava kriterije

3 = Ispunjava većinu kriterija

2 = Ispunjava neke kriterije

4 = U potpunosti ispunjava kriterije

1. Tim je osmislio djelotvoran i prepoznatljiv naziv i logotip.

1 2 3 4

2. Upitnik tima o marketinškoj zainteresiranosti, koji uključuje najmanje deset dobro formuliranih rečenica, proveden je pravovremeno među ciljnom publikom i proanaliziran u skladu s danim uputama za izradu sažetog izvješća.

1 2 3 4

3. Ocjenjuje koju je tim dao za svoj proizvod.

**U tiskanom obliku
nastavnik ih podijeli
učenicima na početku rada**

Namjena i primjena zadataka

Kome su namijenjeni?

a) Učenicima (za učenje)

b) Nastavnicima

✦ za podučavanje projektnih tema kroz primjenu office2003

✦ za primjenu projektnog i timskog rada s učenicima

✦ kao primjer za analiziranje, proučavanje i diskutiranje

Primjena:

- u nastavnim predmetima koji se bave temama zadataka
- u Izbornim nastavnim predmetima
- na satovima razrednika
- u izvannastavnim aktivnostima

Projektni tim



Snježana Babić



Vibor Cipan



Mladenka Berović



Lidija Kralj



Saida Deljac

Projekt je realiziran u okviru provedbe globalnog Microsoftovog programa "Suradnici u učenju – Partners in Learning" u Republici Hrvatskoj. Sudionici projekta zahvaljuju se na pomoći i podršci u realizaciji projekta: gospodinu Tomislavu Bronzinu, direktoru tvrtke "Citus", te na sponzorstvu tvrtci Microsoft Hrvatska.

Prezentaciju u ime projektnog tima za CUC 2006 pripremila:

*Saida Deljac,
Željeznička tehnička škola u Zagrebu*

*sdeljac@email.t-com.hr
<http://public.carnet.hr/~sdeljac/>*