



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



"OBRAZOVNA VRIJEDNOST REKLAME KAO SREDSTVA POUČAVANJA: UPOZNAVANJE NAŠE EUROPSKE KULTURNE BAŠTINE"

Erasmus+ KA2 Projekt "Ad-dicted to Education!"



Škole partneri:

KOORDINATOR: CEIP El Santo, Alcázar de San Juan, Španjolska

- Ics "Centro 1" od Brescia Italija
- Ş coala Gimnazială Ecaterina Teodoroiu, Braila, Rumunjska
- Osnovna skola Zmijavci, Zmijavci, Hrvatska
- 7. Escuela De Primaria De Pyrgos, Grčka
- Szkoła Podstawowa Z Oddziałami Integracyjnym jesam.gen Władysława Sikorskiego Nr 9, Sopot, Poljska

0. Uvod

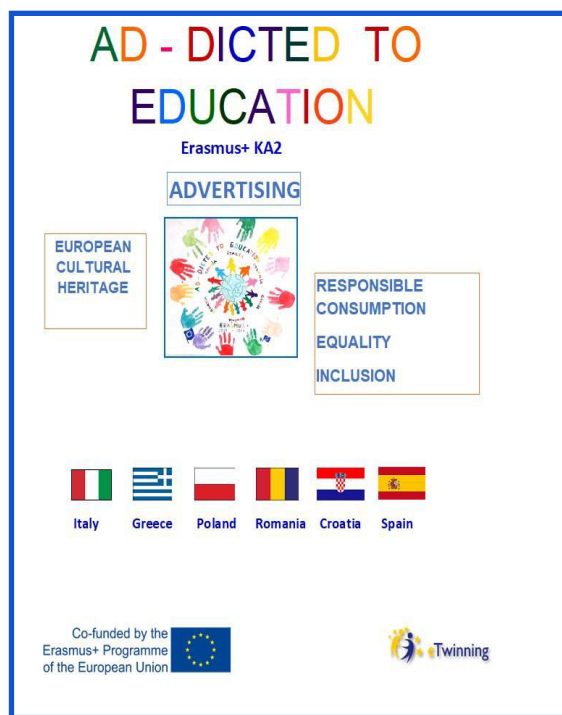
Kao što smo istaknuli u prvom dijelu ovog vodiča, "Obrazovna vrijednost reklame kao sredstva poučavanja: razvoj kritičkog mišljenja i promicanje pozitivnih vrijednosti", oglašavanje ima veliki utjecaj na djecu jer pokušava utjecati na njihove stavove i ponašanja te prodati, osim proizvoda, i način života, stavove i vrijednosti koje često nisu najprikladnije. Oglašavanje je dio njihovog života i zabave. Zbog toga je potrebno razviti kritičko mišljenje za poruke koje primaju iz različitih medija kako bi bili svjesni implikacija konzumiranja komercijalnog sadržaja.

Nadalje, Vijeće Europe ističe da je kulturna baština od velike vrijednosti za europsko društvo s kulturnog, ekološkog, društvenog i gospodarskog stajališta. Održivo upravljanje stoga je strateški izbor za dvadeset i prvo stoljeće. Također naglašava važnost promicanja, razmjene i uvažavanja europske kulturne baštine, podizanja svijesti o zajedničkoj povijesti i vrijednostima te jačanja osjećaja pripadnosti zajedničkom europskom prostoru. Kako bi se postigli ti ciljevi, 2018. proglašena je "Europskom godinom kulturne baštine".

Kulturna baština od velike je vrijednosti za europsko društvo s kulturnog, ekološkog, društvenog i gospodarskog stajališta. Održivo upravljanje stoga je strateški izbor za dvadeset i prvo stoljeće.

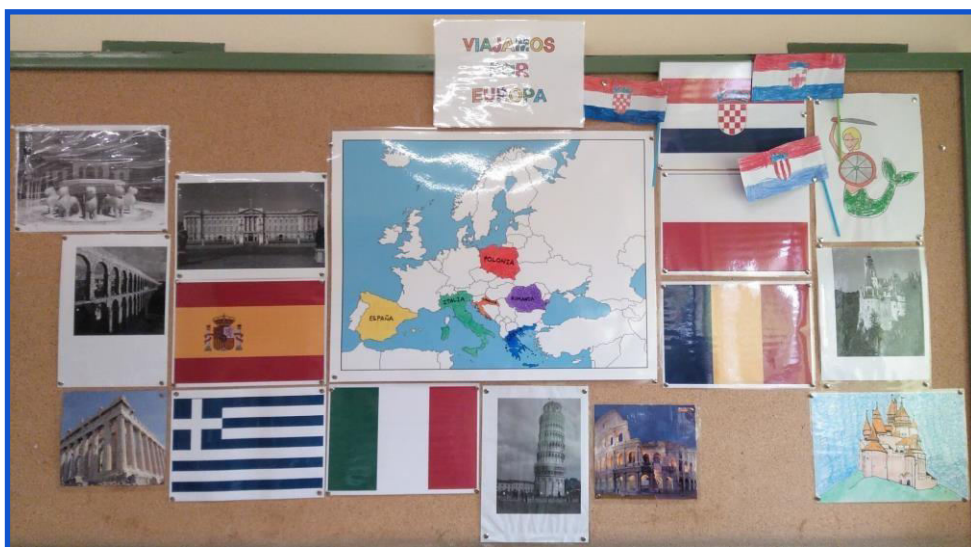
Ovaj Erasmus+ KA2 projekt "AD-DICTED TO EDUCATION!" koje smo proveli zajedno s još 5 škola u Poljskoj, Grčkoj, Hrvatskoj, Rumunjskoj i Italiji, usredotočuje se

na promicanje međukulturne kompetencije, socijalnu uključenost, nediskriminaciju, razvoj kritičkog mišljenja i vrijednosti kao što su tolerancija i rodna ravnopravnost, a sve s oglašavanjem kao motivirajućom osi. Druga godina projekta usmjerena je i na obrazovnu vrijednost europske baštine, predanost višejezičnosti i razvoj digitalnih vještina.



Projekt se odvijao tijekom dvije školske godine kroz različite aktivnosti: radionice, razmišljanja, usmene prezentacije, pretraživanje informacija, promatranje oglasa, komunikaciju s partnerskim školama, stručna usavršavanja, korištenje digitalnih alata... koji su se tijekom ove druge godine trebali prilagoditi novonastaloj situaciji nastaloj zbog pandemije i koja je provedena virtualno.

Ovaj drugi dio vodiča "Obrazovna vrijednost reklame kao sredstva obrazovanja: upoznavanje europske kulturne baštine" uključuje aktivnosti koje su se provele tijekom druge godine, uglavnom s učenicima u dobi između 11 i 13 godina. Objašnjava kako je promovirana svijest, uvažavanje i očuvanje kulturne baštine partnerskih zemalja, koristeći različite alate, od kojih je najpoznatije oglašavanje.



PROMIDŽBA I KULTURNA BAŠTINA	1. tema	Spomenici i božićni običaji
	2. tema	Svečanosti i običaji
	3. tema	gastronomija

1. NAŠI SPOMENICI

Drugu godinu projekta započeli smo s upoznavanjem i vrednovanjem spomenika partnerskih zemalja, kao i promicanjem njihovog očuvanja kroz različite alate kao što je oglašavanje. U tu svrhu provele su se sljedeće aktivnosti:



Naš projektni kutak u jednoj od naših škola

Aktivnosti

- Spomenici u oglašavanju:

Ciljevi:

- Upoznati spomenike zemalja partnera.
- Vrednovanje oglašavanja kao alata za promoviranje kulturne baštine.
- Upoznati elemente i koji čine reklamu.
- Procijeniti reakcije koje oglašavanje proizvodi u nama.

Provedba:

- Svaka zemlja odabire oglase sa spomenicima iz svoje zemlje koji su preneseni na Twinspace (eTwinning platformu) projekta i mogu ih pregledati drugi partneri.
- Bavimo se sljedećim pitanjima:
 - Što se najavljuje?
 - Koji je cilj?
 - Koje reklamni mediji su korišteni (televizija, radio, tisak, Internet, tradicionalna i elektronička pošta, sajmovi, događanja, brošure, plakati...)?
 - Koji su elementi uključeni u reklame? Strategije koje koristi: boje, glazba, poznati likovi, slogan, atmosfera koju predstavlja.
 - Reakcije koje uzrokuju: tugu, radost, potrebu, ljutnju itd...
 - Ciljana publika.

[Oglasi koje su odabrale različite zemlje](#)

- Virtualne slagalice o spomenicima

Ciljevi:

- Upoznati spomenike zemalja partnera.
- Razvoj e-vještina
- Poticanje timskog rada

Provedba:

Radite u grupi za odabir spomenika o kojima će se napraviti slagalice.



Nakon odabira, razmišlja se o njima: gdje se nalaze, dob, stanje očuvanosti, kako se trenutno koriste, što bi se moglo učiniti kako bi se poboljšalo njihovo očuvanje itd.

Aplikacija Jigsaw Planet zatim se koristi za stvaranje digitalnih slagalica s odabranim spomenicima i dijeli se s partnerima putem eTwinninga.



Talijanski spomenik slagalici



Djeca rade slagalice o spomenicima

[izrađene slagalice](#)

- Pano u svakoj školi sa svim spomenicima.

Ciljevi:

- Poboljšajte upotrebu IKT alata.
- Upoznati spomenike zemalja partnera.

Provedba:

Nakon izrade slagalica svih zemalja partnera, slike i informacije o spomenicima izložene su u obliku kolaž tehnike na paneu u školama. Pano može biti fizički ili digitalni (pomoću aplikacije Padlet).





Panoi u dvije škole

- **Izlaganje spomenika**

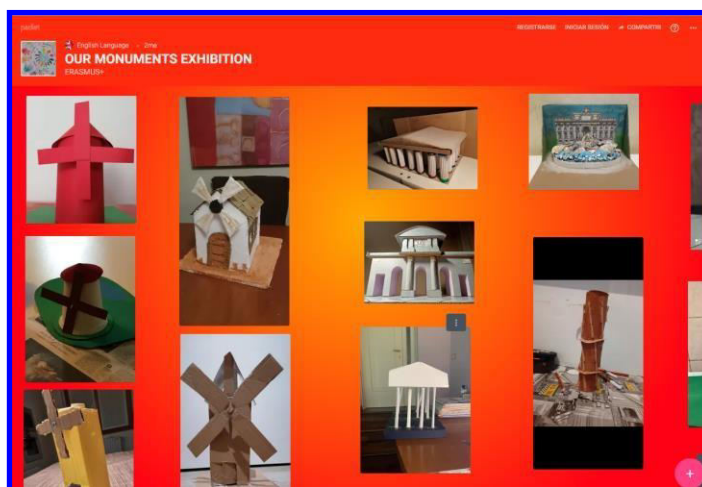
Ciljevi:

- Upoznati spomenike zemalja partnera.
- Razvijati kreativnost.
- Poticanje na uključenost u obrazovnu zajednicu.

Provedba:

Od učenika i njihovih obitelji traži se da naprave modele obrađenih spomenika, a u školama se organiziraju izložbe, koje također mogu biti fizičke ili virtualne.





Talijanska izložba na internetu.

 An educational graphic with a light yellow background. On the left is a photograph of Trajan's Column in Rome. In the center, the word "ITALIA" is written in bold. To its right, there are two columns of text: one in Italian and one in English. On the right side, there is a photograph of a yellow paper model of the column. The graphic is decorated with yellow paper clips and a yellow pencil.

ITALIA

Columna lui Traian este un monument antic din Roma construit din ordinul împăratului Traian, pentru comemorarea victoriei sale în Dacia, care s-a păstrat până în zilele noastre. Monumentul la Roma. Columna are o înălțime de aproximativ 40 de metri.

Trajan's Column is an ancient monument in Rome built by order of Emperor Trajan, to commemorate his victory in Dacia, which has been preserved to this day. The monument is in Rome. The column is about 40 meters high.

Izložba Rumunjske na internetu

[Izložba videozapisa Hrvatska](#)

Videozapis španjolskog centra:

[Ad-dicted exhibition](#)

[Exhibition 2](#)

Ideali, načela i vrijednosti ukorijenjeni u europskoj kulturnoj baštini zajednički su izvor pamćenja, razumijevanja, identiteta, dijaloga, kohezije i kreativnosti za Europu (Vijeće Europe).

2. BOŽIĆNI OBIČAJI

Naredne aktivnosti temeljile su se na upoznavanje božićnih običaja zemalja partnera jer su one također važan dio njihove kulturne baštine i vrlo su motivirajuće za učenike jer aktivno sudjeluju u njima.

Aktivnosti

- **Reklame** o božićnim običajima.

Ciljevi:

- Upoznati božićne običaje zemalja partnera.
- Vrednovati oglašavanje kao alat za promicanje kulturne baštine.
- Upoznati elemente koji čine reklamu.
- Procijeniti reakcije koje oglašavanje proizvodi u nama.

Provedba:

- Svaka zemlja odabire oglase s božićnim običajima iz svoje zemlje koji se prenose na Twinspace (eTwinning platformu) projekta gdje ih mogu pregledati drugi partneri.
- Bavimo se sljedećim pitanjima:
 - Što se najavljuje?
 - Koji je cilj?
 - Koje reklamni mediji se koriste? (TV, radio, tisak, Internet, tradicionalna i elektronička pošta, sajmovi, događanja, brošure, plakati...)
 - Koji su elementi uključeni u reklame? Strategije koje se koriste: boje, glazba, poznati likovi, slogan, atmosfera koju predstavlja.
 - Reakcije koje uzrokuju: tugu, radost, potrebu, ljutnju itd...
 - Ciljana publika.
 - Kako pomažu u objavljivanju običaja svake zemlje.

[Oglasi koje su odabrale zemlje](#)

- **Videozapis o božićnim običajima**
- **Ciljevi:**
 - Upoznati božićne običaje zemalja u projektu.
 - Rad na poznavanju engleskog jezika.

Provedba:

Snimaju se videozapisi u kojima učenici govore o nekim božićnim običajima svojih zemalja. Nakon toga se prenose na platformu etwinning kako bi ih mogle vidjeti ostale zemlje. Ovdje ćemo vidjeti e-knjigu koju je stvorila talijanska škola o njihovim običajima.

[Božićni običaji u Italiji](#)

- **Adventski kalendari**
- **Ciljevi:**
 - Upoznati i sudjelovati u božićnim običajima zemalja partnera.
 - Promicati upotrebu IKT-ova

Provedba:

Adventski kalendari vezani uz obrađene spomenike i običaje sastavljaju se i šalju ostalim zemljama kao božićni pozdrav.

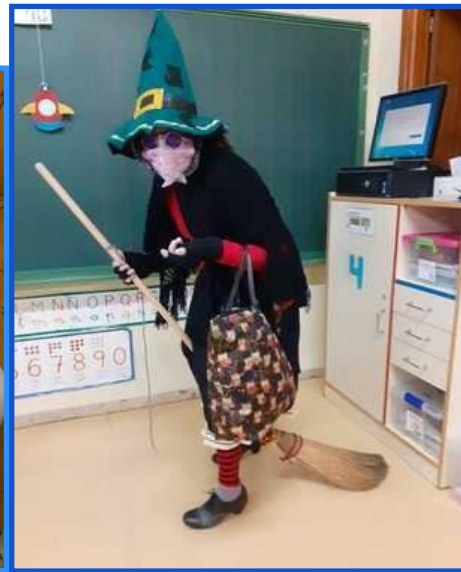
[Adventski kalendari koje su izradile zemlje](#)

- Upoznajemo običaje drugih zemalja.

Ciljevi: Upoznati božićne običaje zemalja partnera.

Provedba:

Kroz Twinspace upoznajemo običaje drugih zemalja i radimo razne aktivnosti oko njih: postere, crteže, kostime itd...



Befana talijanska starica koja donosi darove djeci



Kutak s božićnim običajima

3. OBIČAJI I SVEČANOSTI

Tijekom druge godine projekta također smo se usredotočili se na rad na običajima i svečanostima partnerskih zemalja, budući da je to tema koju učenici blisko doživljavaju, što ih motivira i pomaže im oblikovati kulturni identitet zbog kojeg se osjećaju dijelom grupe. Nadalje, kao što Komisija naglašava u svojoj Komunikaciji od 22. srpnja 2014. naslovljenoj "Ususret cjelovitom pristupu europskoj kulturnoj baštini", kulturna baština mora se smatrati zajedničkim resursom i zajedničkim dobrom koje treba dodijeliti budućim generacijama. Stoga je i odgovornost škole da to obznani učenicima.

Kako je Komisija naglasila u svojoj komunikaciji od 22. srpnja 2014. naslovljenoj "Ususret cjelovitom pristupu europskoj kulturnoj baštini", kulturna baština mora se smatrati zajedničkim resursom i zajedničkim dobrom koje treba dodijeliti budućim generacijama.

Aktivnosti

- **Reklame** o običajima i svečanostima.

Ciljevi:

- Upoznati običaje i svečanosti zemalja partnera.
- Vrednovati oglašavanje kao alat za promoviranje kulturne baštine.
- Upoznati elemente koji čine reklamu.
- Procijeniti reakcije koje oglašavanje proizvodi u nama.

Provedba:

- Svaka zemlja odabire oglase u kojima se pojavljuju običaji i svečanosti njihove zemlje i prenose se na TwinSpace (eTwinning platformu) projekta gdje ih mogu pregledati drugi partneri.
- Bavimo se sljedećim pitanjima:
 - Što se najavljuje?
 - Koji je cilj?
 - Koje reklamne medije koristite? (TV, radio, tisak, Internet, tradicionalna i elektronička pošta, sajmovi, događanja, brošure, plakati...)
 - Koji su elementi uključeni u reklame? Strategije koje koristi: boje, glazba, poznati likovi, slogan, atmosfera koju predstavlja.
 - Reakcije koje uzrokuju: tugu, radost, potrebu, ljutnju itd...
 - Ciljana publika.
 - Kako doprinose promidžbi običaja i svečanosti svake zemlje.

Najave o tradicijama koje su odabrale zemlje

- **Znamo naše svečanosti**
- **Ciljevi:**
 - Upoznati običaje i svečanosti zemalja partnera.
 - Ocijeniti sudjelovanje na svečanostima kao članovi skupine kojoj pripadamo.

Provedba: Upoznajemo običaje našeg mjesta i radimo na njima: aktivnosti s pisanjem, crtanjem, muralima, oglašavanjem, plakatima itd...







Nakon toga, kroz Twinspace, upoznajemo svečanosti različitih zemalja i radimo na njima.

Erasmus+ Twining

AD-DICTED TO EDUCATION

TRADITIONS AND FESTIVITIES

1) Watch the videos and complete the chart

POLAND
<https://vid.4teachers.pl/details/polskosc-na-mlodych-cyplak>

CROATIA
<https://www.youtube.com/watch?v=7u1mTJdR8>

ROMANIA
<https://youtu.be/90P0NCA7GI>

NATION	POLAND	CROATIA	ROMANIA
NAME OF FESTIVITY	Festival Paragon	Srpska alka	Dragobete
WHEN	AUGUST	Every first Sunday of august since 1715	On 24 of May
WHERE	KRAKOW	In the city of ruz	In all the roman
DESCRIPTION OF FESTIVITY	It's a festival of the typical Polish dish "pierogi"	Srpska alka is a competition that commemorates a Croatian-Venetian victory over Ottomans. It is an equestrian competition in which various horsemen riding all full gallop aim their lances at a hanging metal ring (alka).	Dragobete was the son of Baba Dochka, which stands for the main character in the myth related to spring arrival and the end of the harsh winter. The day is particularly known as "the day when the birds are betrothed". On this day, considered locally the first day of spring, boys and girls gather around flowers and sing together.
ARE THERE ANY SIMILAR FESTIVITIES IN ITALY? IF YES PLEASE WRITE THE NAME WHERE AND WHEN	Yes, there are. In Bergamo, a small town near Brescia, there is the Festival of CASONCELLI (similar to pierogi).	There are many riding horse competitions, but nothing similar like.	Yes there is, a typical festival in Italy is San Valentino, "the birthday of the lover". It is on the 14th of February as all the Italy.
YOUR COMMENT	I really like it	I really like it	I really like it



LAS FALLAS

Una fiesta de la cultura Valenciana!

Del 15 al 19 marzo

Para celebrar la llegada de la Primavera y el final del Invierno.

Los Ninots están listos para ser quemados!

Con una banda de música, con miles de fuegos artificiales y otras atracciones interesantes

VEN, ¡ TE ASPERAMOS!



El 6 e 12 julio

San Fermín se celebra en la ciudad de Pamplona



LOS SANFERMINES



Cómo empezó la fiesta

Los Sanfermines que se hace a Pamplona y su origen es muy antiguo.

Desde el siglo XVII se unió a otra fiesta y así nacieron los Sanfermines.



El Chupinazo

Es un cohete que da inicio a los Sanfermines, el 6 de julio a las 12 del mediodía.

Es un momento muy importante y, posiblemente, el cohete más famoso del mundo!



Curiosidad

Gora san fermin
Viva san fermin

NOVANELLI ALESSANDRO
CLASE 3E



- **Intervju o našim običajima**

Ciljevi:

- Upoznati običaje i svečanosti partnerskih zemalja.
- Rad na usmenom izražavanju na engleskom jeziku.

Provedba: Učenici izrađuju intervju kroz koji moraju objasniti lokalne običaje. Zatim putem eTwinninga slušamo intervjuje drugih zemalja.

[Intervju koji je proveo talijanski centar](#)

- **Čavrljanje na francuskom**

Ciljevi:

- Povećati motivaciju učenika za sudjelovanje u projektu.
- Rad na usmenom izražavanju na francuskom.

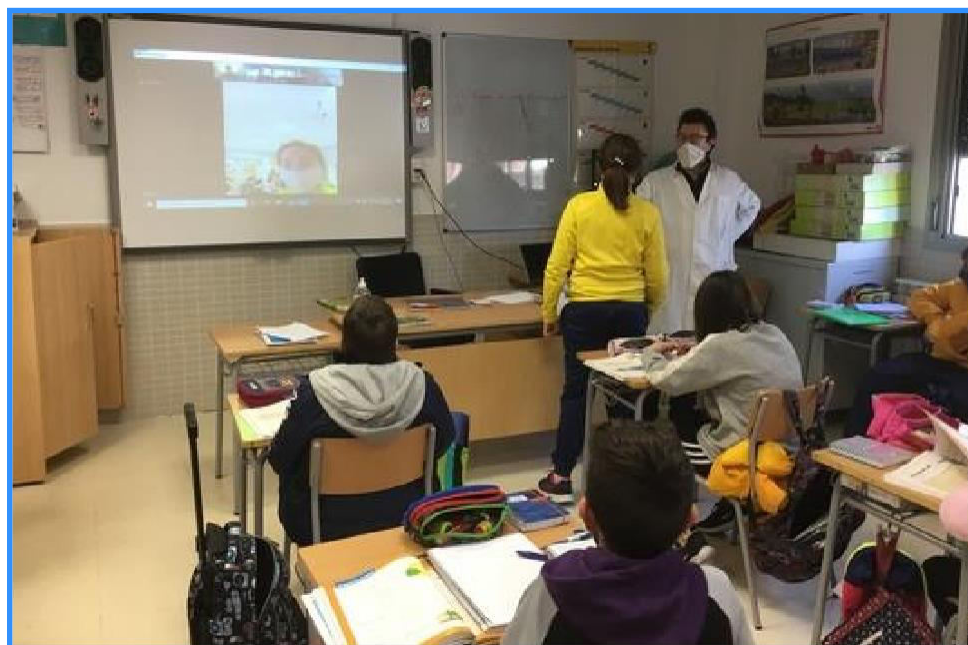
Provedba: učenici koji uče francuski kao predmet u svojim školama sudjelovali su u video pozivu kako bi se predstavili, razgovarali o svojim hobijima, ukusima itd...

Erasmus+

LET'S INTRODUCE OURSELVES IN FRENCH
SPAIN AND ITALY

WHEN ?

Next Thursday, 18th February, 2021 at 10.00



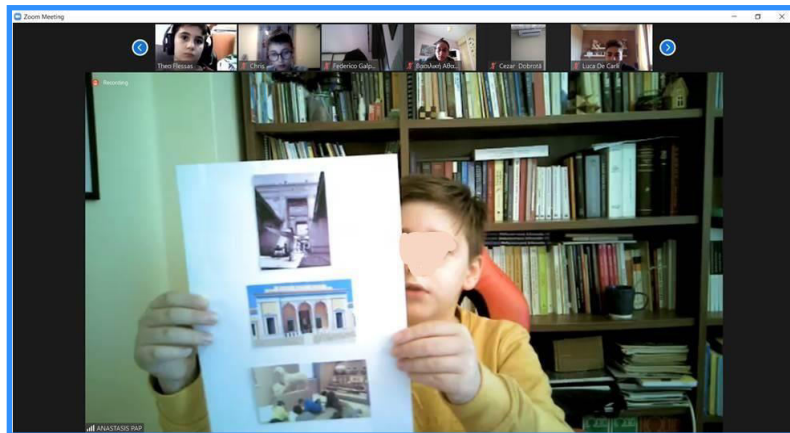
4. AKTIVNOSTI TIJEKOM VIRTUALNE MOBILNOSTI S UČENICIMA - ITALIJA

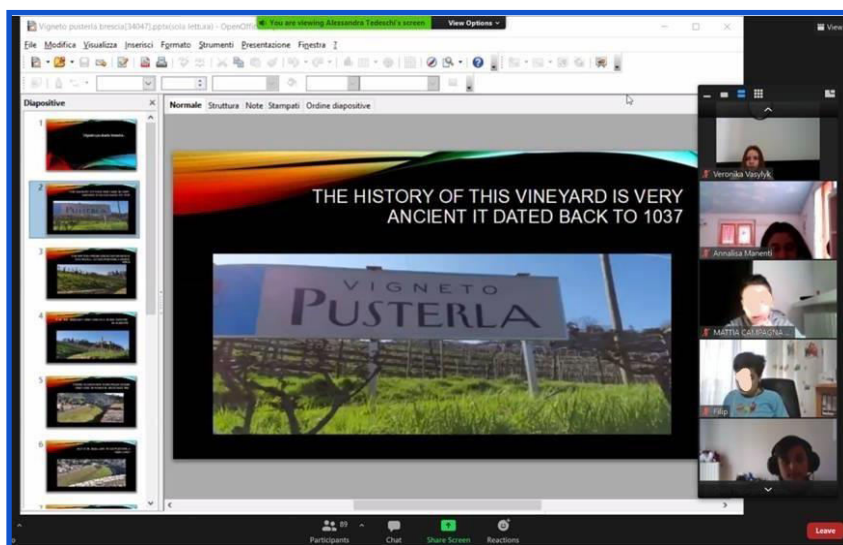
Kako bi se prilagodili novonastaloj situaciji koja je posljedica pandemije, mobilnost s učenicima koju smo planirali provesti u Italiju morala se organizirati virtualno. Provede se aktivnosti vezane uz pitanja na kojima smo radili tijekom ove druge godine projekta. Cilj je bio omogućiti učenicima iz svih zemalja da se međusobno susreću, komuniciraju i surađuju na temu europske kulturne baštine.

Aktivnosti

- **Usmena prezentacija o lokalnim spomenicima i njihovom očuvanju.**
- **Ciljevi:**
 - Upoznati lokalne spomenike partnerskih škola.
 - Rad na poznavanju engleskog jezika.

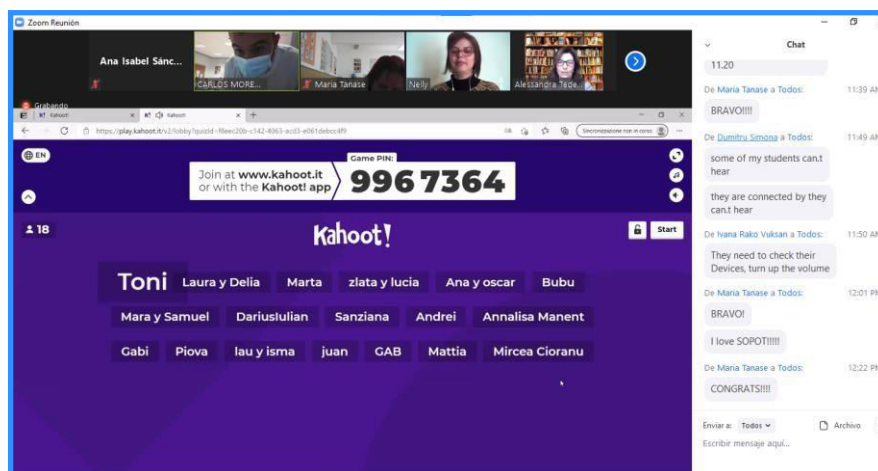
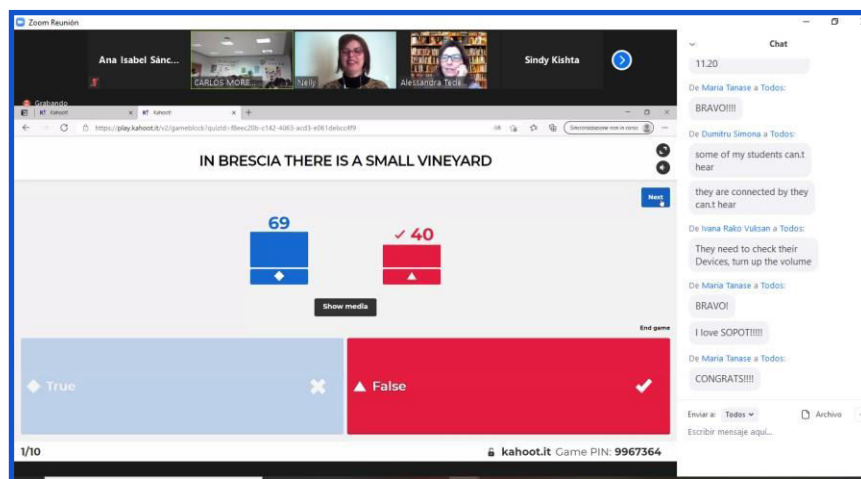
Provedba: učenici iz svake škole biraju neke spomenike sa svog lokaliteta za fotografiranje. Zatim pripremaju usmenu prezentaciju o njima. Tijekom virtualne mobilnosti, svaka zemlja ima 10 minuta za prikazati svoju prezentaciju drugim partnerima.





- **Kahoot o spomenicima**
- **Ciljevi:**
 - Upoznati lokalne spomenike partnerskih škola.
 - Promicanje kompetencija za govorenje engleskog jezika.
 - Promicanje upotrebe IKT-a

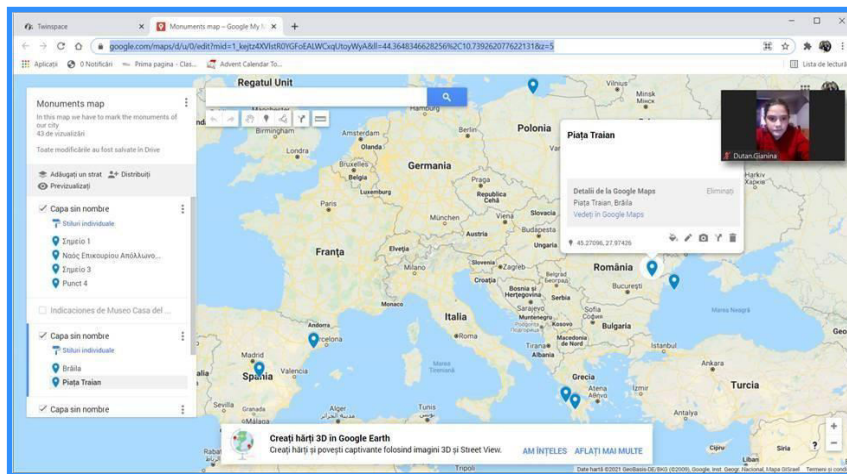
Provedba: učenici svake škole sastavljaju upitnik u aplikaciji Kahoot s pitanjima o prezentaciji koju su izradili u prethodnoj aktivnosti. Tijekom virtualne mobilnosti sve škole sudjeluju u kvizovima koje su sastavile ostale zemlje.



- Digitalna karta spomenika:
- Ciljevi:
 - Upoznati lokalne spomenike partnerskih škola.
 - Promicanje uporabe IKT-a.

Provedba: sve zemlje označavaju odabrane spomenike u virtualnoj aplikaciji pomoću aplikacije Google Moje karte. Na kraju će svi moći pronaći odabrane spomenike na zajedničkoj karti.

Veza na virtualnu kartu



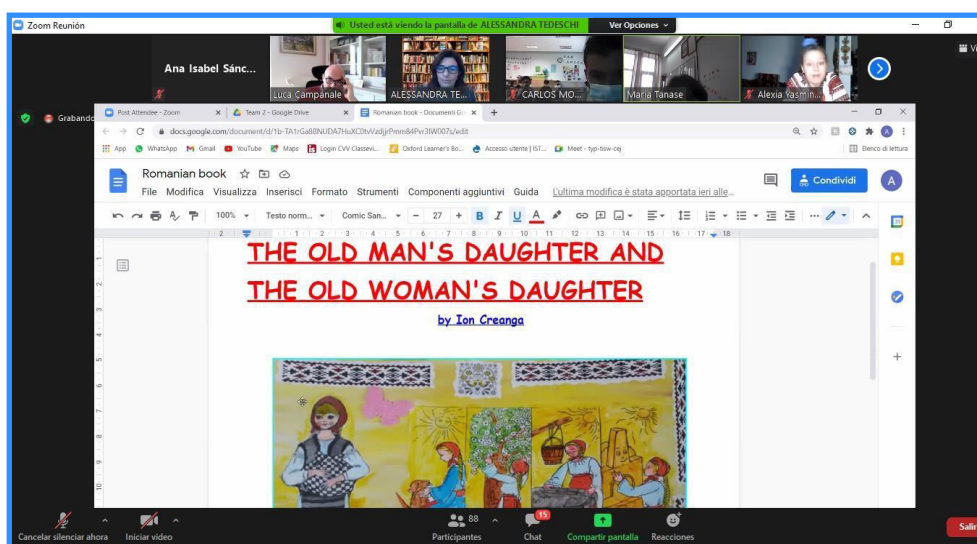
- **Radionica "Naše knjige"**
- **Ciljevi:**
 - Upoznavanje elemenata kulturne baštine zemalja projekta: knjige.
 - Promicanje uporabe IKT-a.
 - Poticati naviku čitanja.
 - Poticanje suradničkog rada.
 - Rad na poznavanju engleskog jezika.
 - Poznavanje elemenata koji se koriste u oglašavanju.

Provedba: Sve zemlje predlažu i čitaju knjigu koja je dio njihove kulturne baštine. Tijekom virtualne mobilnosti učenici rade u timovima iz 2 zemlje kako bi izradili reklamne plakate koji potiču javnost na čitanje odabranih knjiga. Za suradnju koristimo alat Zoom (za predstavljanje sažetaka knjiga i odlučivanje što staviti na svaki plakat) i Google Drive (za izradu plakata).

[Sažeci koje je pripremila rumunjska škola](#)



Učenci govore o svojim knjigama ostalim partnerima



Suradnički rad jednog od timova

Money isn't everything



Follow this course and your dreams will come true

Do you want to get into a fantastic land?



In your dreams all can be possible!

Plakati koje su izradile neke škole

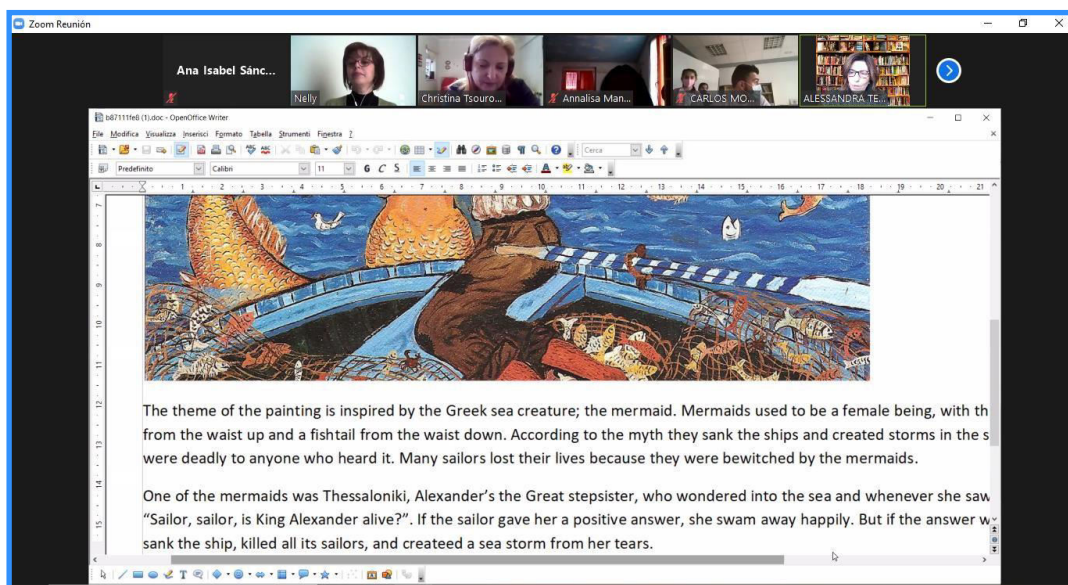
[e Knjiga s plakatima](#)

● Radionica "Naše slike"

Ciljevi:

- Upoznavanje elemenata kulturne baštine zemalja partnera: slika.
- Promicanje uporabe IKT-a.
- Poticanje suradničkog rada.
- Rad na poznavanju engleskog jezika.

Provedba: Sve zemlje predlažu okvir koji je dio njihove kulturne baštine. Tijekom virtualne mobilnosti učenici rade u timovima iz 3 zemlje kako bi izmislili koje se priče mogu sakriti iza odabranih slika. Alati: Zoom i Drive.

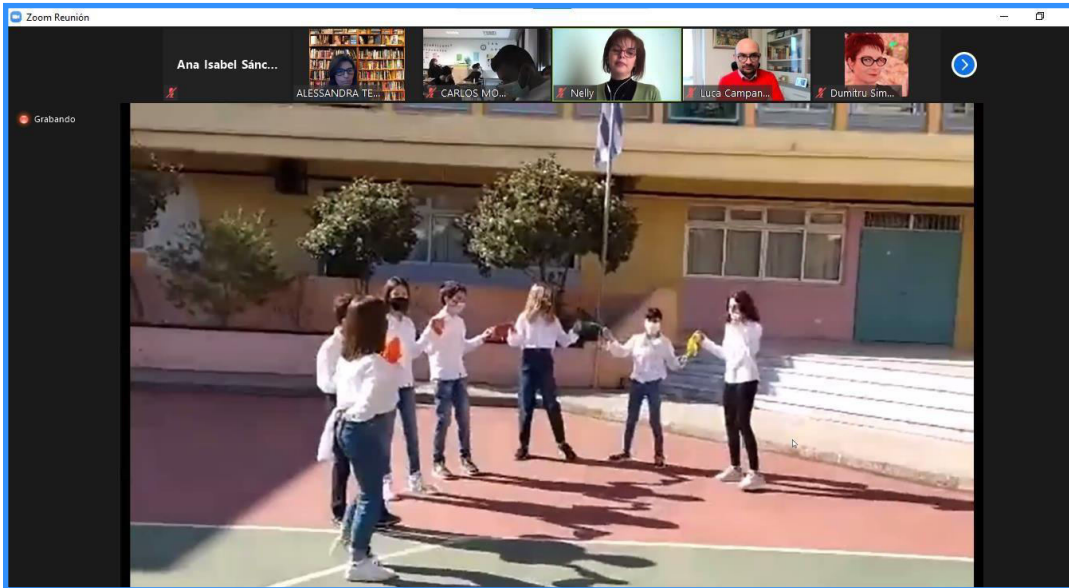


- **Radionica "Ples"**

Ciljevi:

- Upoznati elemente kulturne baštine zemalja projekta: glazba
- Promicanje upotrebe IKT-a
- Poticanje motivacije učenika

Provedba: Sve zemlje predlažu pjesmu koja je dio njihove kulturne baštine. Tijekom virtualne mobilnosti učenici snimaju video ples na ovu pjesmu, a zatim pokazuju rezultat ostalim zemljama.



[Ples poljske škole](#)

5. NAŠA GASTRONOMIJA

Posljednji blok sadržaja na kojem se radilo u našem projektu bio je usmjeren na gastronomiju. Danas gastronomija igra ulogu kao sastavni dio osjećaja kolektivnog identiteta, zbog čega se pojedinac osjeća dijelom zajednice i stvara skup zajedničkih kulturnih vrijednosti. Gastronomija zemlje smatra se nematerijalnom kulturnom baštinom koja se mora dokumentirati, doživjeti i zaštititi, stoga je važno uključiti je kao sadržaj u škole. Zato i UNESCO svake godine uključuje tradiciju i gastronomske pripravke na Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva.

Gastronomija zemlje smatra se nematerijalnom kulturnom baštinom koja se mora dokumentirati, doživjeti i zaštititi, stoga je važno uvesti je kao sadržaj u škole.

Aktivnosti

- **Reklame** o gastronomiji.

Ciljevi:

- Upoznati tradiciju i gastronomiju zemalja projekta.
- Vrednovanje oglašavanja kao alata za promidžbu kulturne baštine.
- Upoznati elemente koji čine reklamu.
- Procijeniti reakcije koje oglašavanje proizvodi u nama.

Provedba:

- Svaka zemlja odabire oglase s gastronomskim elementima iz svoje zemlje koji se

prenose na Twinspace (eTwinning platformu) projekta gdje ih mogu pregledati drugi partneri.

Bavimo se sljedećim pitanjima:

- Što se najavljuje?
- Koji je cilj?
- Koje reklamne medije koristite? (TV, radio, tisak, Internet, tradicionalna i elektronička pošta, sajmovi, događanja, brošure, plakati...)
- Koji su elementi uključeni u reklame? Strategije koje koristi: boje, glazba, poznati likovi, slogan, atmosfera koju predstavlja.
- Reakcije koje uzrokuju: tugu, radost, potrebu, ljutnju itd...
- Ciljana publika.
- Kako doprinose promidžbi gastronomije svake zemlje.

[Oglasi za gastronomiju koje su odabrale zemlje](#)

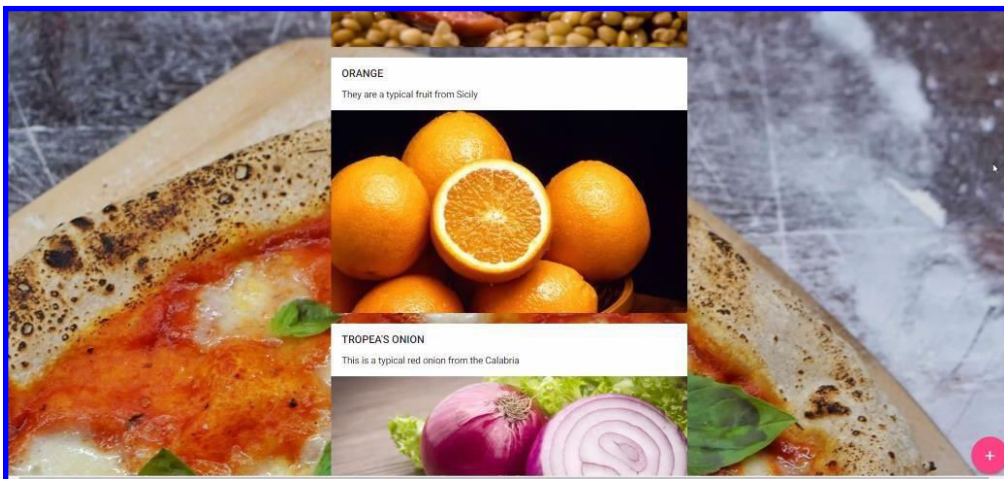
- **Prezentacije o tipičnim proizvodima zemlje.**

Ciljevi:

- Upoznati gastronomiju zemalja projekta.
- Rad na poznavanju engleskog jezika
- poticati uporabu IKT-a.
- Procijeniti važnost gastronomije unutar kulturne baštine zemlje.

Provedba: učenici odabiru tipične proizvode zemlje i pripremaju prezentacije koje će biti izložene tijekom virtualne mobilnosti.

[Prezentacije proizvoda iz talijanske škole](#)



- **Virtualna karta tipičnih proizvoda**

Ciljevi:

- Upoznati gastronomiju zemalja projekta.
- Rad na poznavanju engleskog jezika.

-
- Poticanje uporabe IKT-a.
 - Suradnja.
 - Procjena važnosti gastronomije unutar kulturne baštine zemlje.

Provedba: Učenici uključuju proizvode svojih prezentacija na virtualnu kartu izrađenu s Google Mojim kartama, tako da karta prikazuje proizvode svih zemalja projekta.

- **Razmjena recepata**

Ciljevi:

- Upoznati gastronomiju zemalja projekta.
- Rad na poznavanju engleskog jezika.
- Poticanje uporabe IKT-a
- Suradnja.
- Procjena važnosti gastronomije unutar kulturne baštine zemlje.

Provedba:

- Svaka škola odabire recept tipičan za svoju zemlju i učitava ga u Twinspace. Učenici iz druge zemlje moraju pripremiti predloženi recept i snimiti video pripreme. Radi se u timovima iz 2 zemlje, tako da će svaka škola morati predložiti recept iz svoje zemlje i pripremiti recept predložen od druge škole.
- Proizvedeni videozapisi bit će prikazani tijekom sljedeće mobilnosti s učenicima.

Croatian fritters



INGREDIENTS


- 1 egg
- 180 ml of liquid yogurt
- 2 tablespoons of sugar
- 1 vanilla sugar
- 1 teaspoon of rum
- a pinch of salt
- 200 g of smooth flour
- half of a baking powder sachet
- lemon zest or some cinnamon

Preparation

1. Whisk the egg, add yogurt, sugar, rum and salt. Add flour and baking powder. Mix everything together. The dough should be thick.
2. Heat up the oil in a deeper pot. There should be enough oil that the fritters can swim in it. Once you have heated up the oil, reduce the heat to low. If you fry the fritters with high heat, they will not swell.
3. Take some dough with a spoon and put it in the oil.
4. Once they are fried enough on one side, they usually turn over on the other side, if not, just touch them with a fork and they will turn.
5. Fry them over medium heat for a few minutes until they take on a golden-brown color. Finally, sprinkle them with sugar or topping as desired.



PIZZA



Ingredients

- 5 gr fresh yeast or 10gr sachet dried
- ½ tsp sugar
- 500 gr Italian '00 flour, plus extra for dusting
- 1 tbsp olive oil, plus extra for greasing
- 3 x 125g balls mozzarella, torn
- fresh basil, to serve

For the tomato sauce

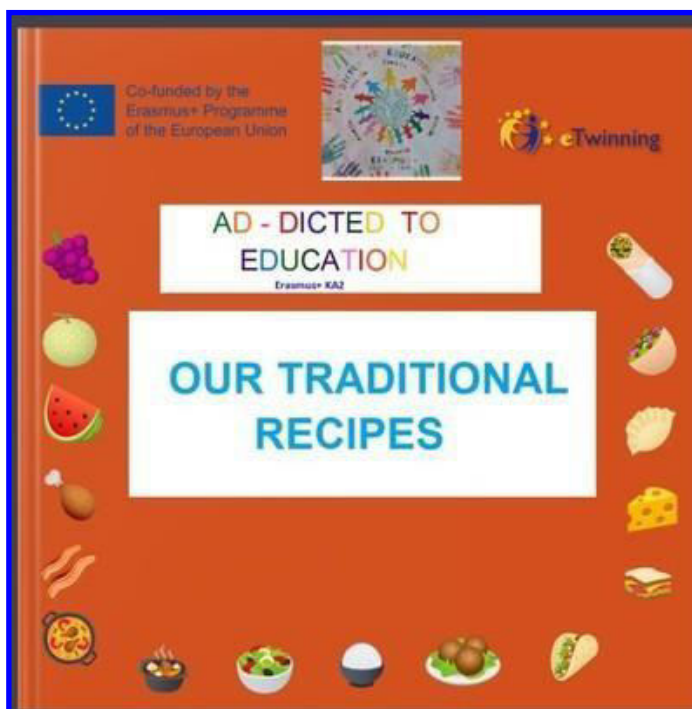
- 3 tbsp olive oil
- 2 x 400g cans good-quality Italian chopped tomatoes

Method

STEP 1
Mix together the yeast and sugar with 250ml warm water and leave to sit for 10 mins. Place the flour in a big bowl, pour in the yeast mixture and mix, then knead with oiled hands in the bowl for 5-10 mins.

- **STEP 2**
Put in a well-oiled bowl, cover with a cloth and place somewhere warm to double in size – about 2½ hrs.
- **STEP 3**
Once your dough has doubled in size, slap it down on a lightly floured surface and knead for 4 mins until soft but not too elastic. Divide into 4 pieces, roll into balls and leave to rest for 10 mins. Heat oven to the highest temperature possible (230C fan).
- **STEP 4**
With a well-floured rolling pin, roll out each ball. Oil or dust with flour the oven sheet, then carefully transfer the dough base onto it. Spread over some of the tomato sauce and any toppings you desire.
- **STEP 5**
Cook for between 5-10 mins depending on your oven temp, then add until the mozzarella cheese. Cook for other 10 minutes. Scatter with basil.

Razrađujemo digitalnu knjigu s tradicionalnim receptima svih zemalja.
[Naši tradicionalni recepti](#)



- **Zašto posjetiti moju zemlju?**

Ciljevi:

- Upoznavanje karakteristika zemalja projekta.
- Rad na poznavanju engleskog jezika.
- Poticanje uporabe IKT-a.
- Suradnja.
- Procjena važnosti oglašavanja za podizanje svijesti unutar kulturne baštine zemlje.

Provedba: Učenici pripremaju prezentaciju s popisom razloga zbog kojih učenici iz drugih škola trebaju posjetiti svoju zemlju.

Tijekom mobilnosti svaka će zemlja izlagati svoju prezentaciju, a timovi iz dvije zemlje morat će izraditi reklamne plakate koji potiču posjetitelje da ih zajedno posjete, kao da se radi o turističkoj turi.

The image shows a screenshot of a presentation software window. The main slide is titled "Delphi" and features a map of Greece with a red dot indicating the location of Delphi. Below the map is a photograph of the Delphi archaeological site, showing the circular theater and surrounding ruins. To the right of the photograph is a bulleted list of information:

- Thought to be the centre of the earth.
- The site was sacred to the ancients, who came here to worship Apollo (god of light, prophecy, music, and healing) and to ask advice from the mythical Oracle.
- There you can see ruins of numerous temples, a theater, and stadium, dating from between the 8th century BC and the 2nd century AD.

The presentation software interface includes a slide navigation pane on the left with thumbnails for slides 3 through 8, and a status bar at the bottom with the text "Κάντε κλικ για να προσθέσετε σημειώσεις" and "Διαφάνεια 5 από 10".



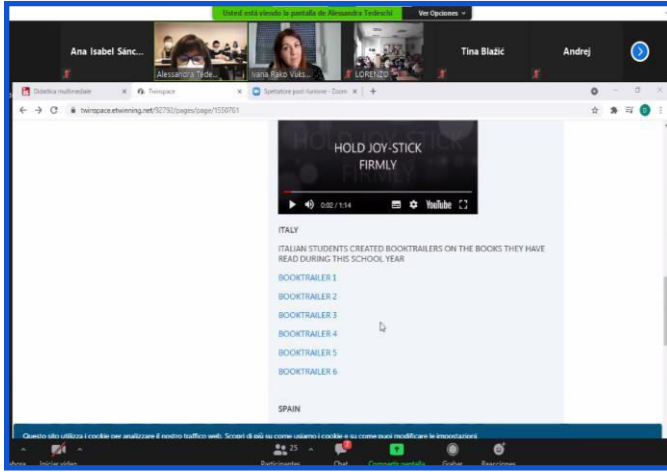
6. DAN KNJIGE

- **Izrada booktrailera**
- **Ciljevi:**
 - Rad na poznavanju engleskog jezika.
 - Poticanje uporabe IKT-a.
 - Poticanje čitanja knjiga nacionalnih autora.
 - Poticati provedbu novih metodologija učenja.

Provedba:

Povodom Dana knjige, koji se obilježava 23. travnja, svaka je zemlja odabrala knjigu nacionalnog autora koju će učenici čitati. Nakon toga su razvili najavu knjige, temeljenu na metodologiji razvijenoj tijekom virtualnog događaja stručnog usavršavanja učitelja koji se temeljio na temi Novih metodologija poučavanja, u kojima su tijekom mjeseca studenog sudjelovali nastavnici iz svih partnerskih škola.

Nakon što je proizveden, prikazan je istodobno u svim zemljama putem videokonferencije.



Erasmus+

BOOKTRAILERS PREMIERE

Do you want to get into a fantastic land?

PINOCCHIO

HOLD THE JOY-STICK
Parte 1
by Sandra Cerrillo

THE OLD MAN & THE SEA / EL VIEJO
HOMBRON & LOS CABALLEROS

Thursday 29th, April 2021 at 09.30

They were fine together but their planet was small and deserted

19.02.
Teddy, Mr Charles's grandson is playing with a ball outside. He has been KIDNAPED

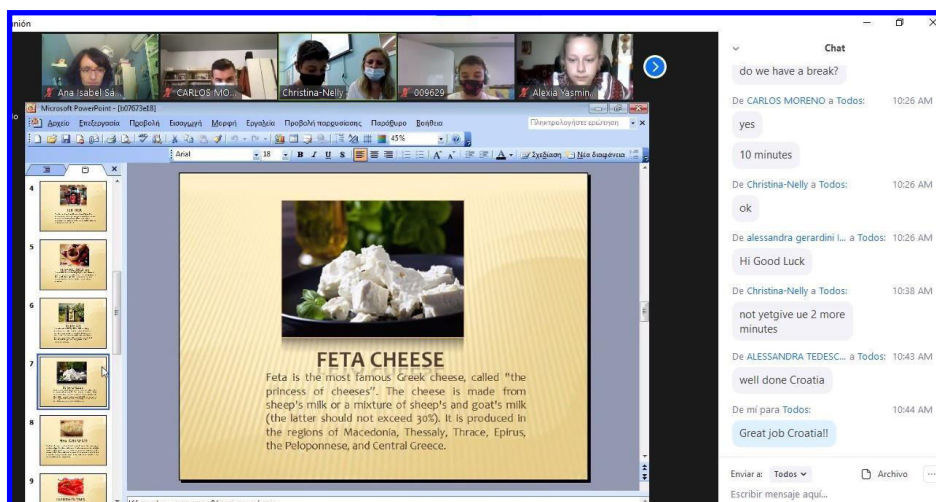
7. AKTIVNOSTI TIJEKOM VIRTUALNE MOBILNOSTI S UČENICIMA - ŠPANJOLSKA.

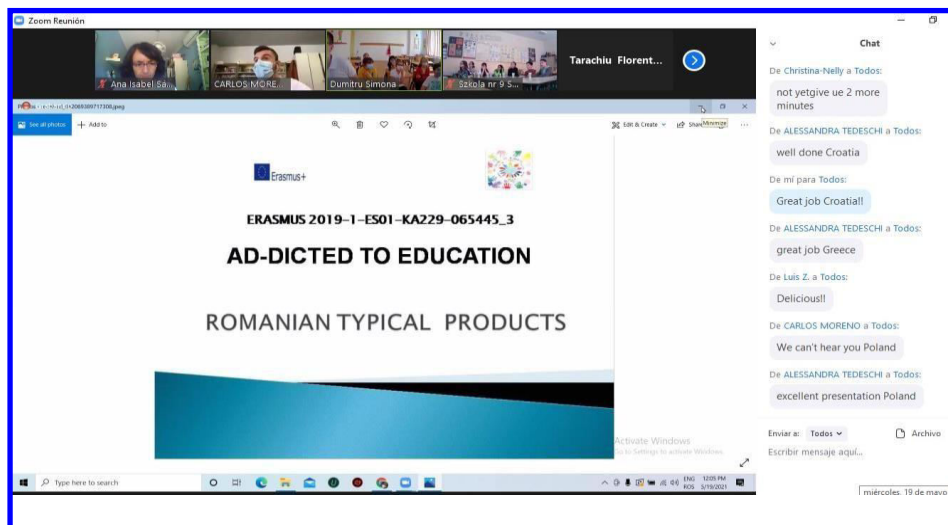
Ova druga i posljednja mobilnost s učenicima također se odvijala virtualno. Kao i u prethodnim mobilnostima, cilj aktivnosti koje se provode je da učenici surađuju na temu europske kulturne baštine.

Aktivnosti

- **Usmena prezentacija o gastronomskim proizvodima iz svake zemlje**
- **Ciljevi:**
 - Upoznati gastronomske proizvode partnerskih škola.
 - Rad na poznavanju engleskog jezika.

Provedba: Učenici iz svake škole odabiru neke tipične proizvode iz svoje zemlje i pripremaju usmenu /video prezentaciju o proizvodima koje izlažu tijekom virtualne mobilnosti.

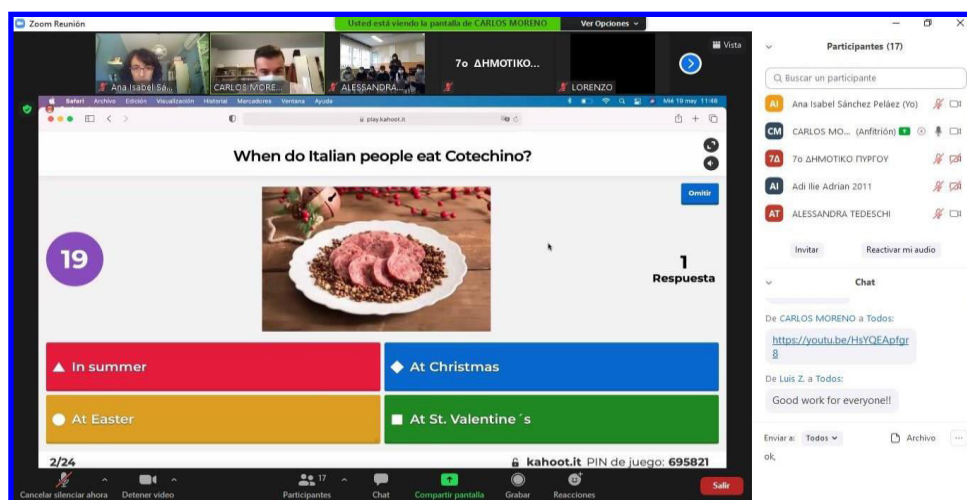




- **Kahoot o tipičnim proizvodima**
- **Ciljevi:**
 - Upoznati gastronomiju partnerskih zemalja.
 - Promicanje kompetencija engleskog jezika.
 - Promicanje upotrebe IKT-a
 - Poticanje suradničkog rada.

Provedba: Svi učenici iz različitih škola sastavljaju upitnik u aplikaciji Kahoot s pitanjima o prezentacijama koje su napravili u prethodnoj aktivnosti. Tijekom virtualne mobilnosti sve škole sudjeluju u rješavanju upitnika.

[Kahoot o tipičnim proizvodima](#)



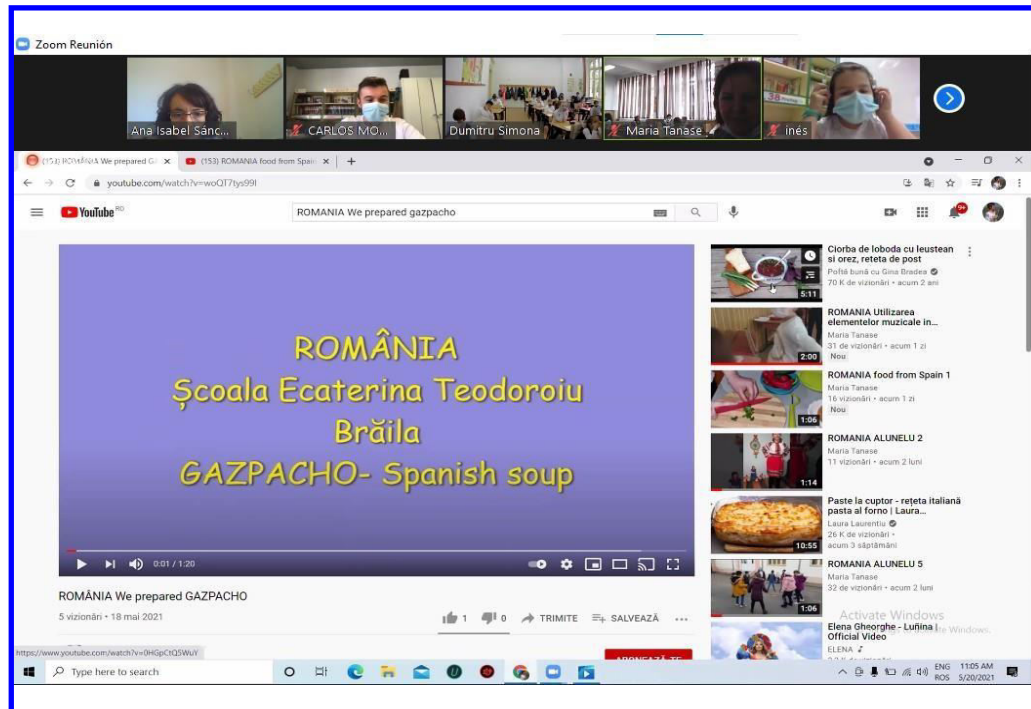
- **Digitalna karta tipičnih proizvoda**
- **Ciljevi:**
 - Upoznati gastronomiju partnerskih zemalja.
 - Promicanje uporabe IKT-a.

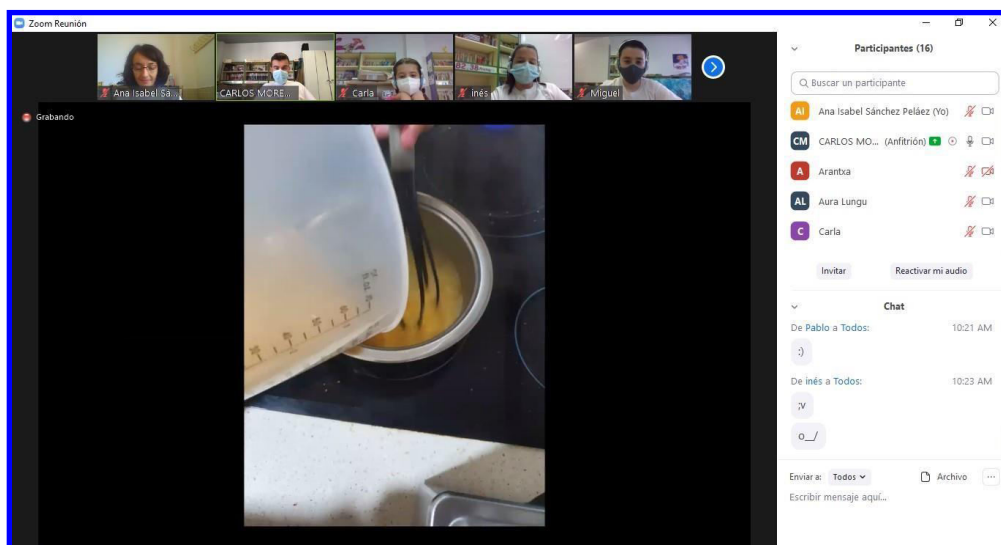
Provedba: Sve zemlje označavaju odabrane proizvode na virtualnoj karti pomoću aplikacije Google Moje karte. Na kraju će svatko moći pronaći na karti proizvode svih zemalja.

[Digitalna karta tipičnih proizvoda.](#)

- **Radionica "Naši recepti"**
- **Ciljevi:**
 - Poznavanje elemenata kulturne baštine zemalja projekta: recepata.
 - Poticanje suradničkog rada.
 - Rad na poznavanju engleskog jezika.

Provedba: Svaka škola će prethodno snimiti video izradu recepta iz druge zemlje. Tijekom virtualne mobilnosti učenici rade u timovima iz 2 zemlje kako bi prikazali videozapise, a zatim komentirali poteškoće s kojima su se susreli u izradi. Alat Zoom koristi se za suradnju.





- **Radionica "Izrada reklamnih plakata"**

Ciljevi:

- Upoznati elemente kulturne baštine zemalja projekta.
- Promicanje uporabe IKT-a.
- Poticanje suradničkog rada.
- Rad na poznavanju engleskog jezika.
- Poznavanje elemenata oglašavanja.

Provedba: Sve zemlje pripremile su prezentacije u kojoj objašnjavaju zašto bismo trebali posjetiti njihovu zemlju. Tijekom virtualne mobilnosti učenici rade u timovima iz 2 zemlje kako bi pokazali svoju prezentaciju i zajednički izradili reklamni plakat koji će ih potaknuti na obilazak 2 zemlje koje čine tim.

Nakon završetka plakata, svaki tim će ga predstaviti ostalima, a putem Mentimetera će se glasati kako bi se vidjelo koja je turneja najpopularnija. Alati Zoom i Google Drive koriste se za suradnički rad.

**COME TO
CROATIA AND ITALY
TWO COUNTRIES
ONE FRIENDSHIP**



**UNFORGETTABLE
HOLIDAYS**
HOT WEATHER SUNNY DAYS



BEAUTIFUL NATURE

VISIT TWO OF THE MOST HOSPITABLE COUNTRIES: SPAIN AND GREECE!
TRY OUR FOOD AND THE BEAUTIFUL BEACHES.....




SPANISH AND GREECE SONG



Romania- what a beautiful country!

ALL TOGETHER!

- a country with the BLACK SEA
- a country with wonderful DANUBE DELTA
- a country with green FORESTS
- a country with picturesque MONASTERIES and authentic customs
- a country with picturesque landscapes and a rich spiritual people



<https://youtu.be/V8C8goLr40w>



ALL TOGETHER!

Visit Poland!

- climb the mountains
- sail on the lakes
- canoe in rivers
- explore the untouched nature
- visit the old cities and learn the rich history of Poland
- meet interesting people and their culture
- try our cuisine
- walk in the forests
- see the wild nature





YOU ARE WELCOME!

8. PRIJEDLOG AKTIVNOSTI NA RAZINI ŠKOLE

Projekti programa Erasmus+ izvrsna su prilika za uključivanje cijele obrazovne zajednice. U nastavku predlažemo neke aktivnosti koje smo odradili tijekom druge godine provedbe, a koje promiču vrijednosti projekta i u kojima su sudjelovala djeca iz predškolskog obrazovanja i osnovne škole, kao i obitelji i drugi subjekti poput Gradske vijećnice i lokalnog Glazbenog konzervatorija.

Aktivnosti

- **Upoznati partnerske zemlje i njihove spomenike**

U obrazovanje predškolaca uveli smo projekt "Putujemo Europom" koji nam je omogućio saznati više o partnerskim zemljama, njihovim spomenicima i njihovim božićnim običajima: [Ovdje možete pronaći sve informacije o projektu](#) .

Prvo počinjemo stavljanjem zemalja projekta na kartu Europe i učenjem imena njihovih glavnih gradova.

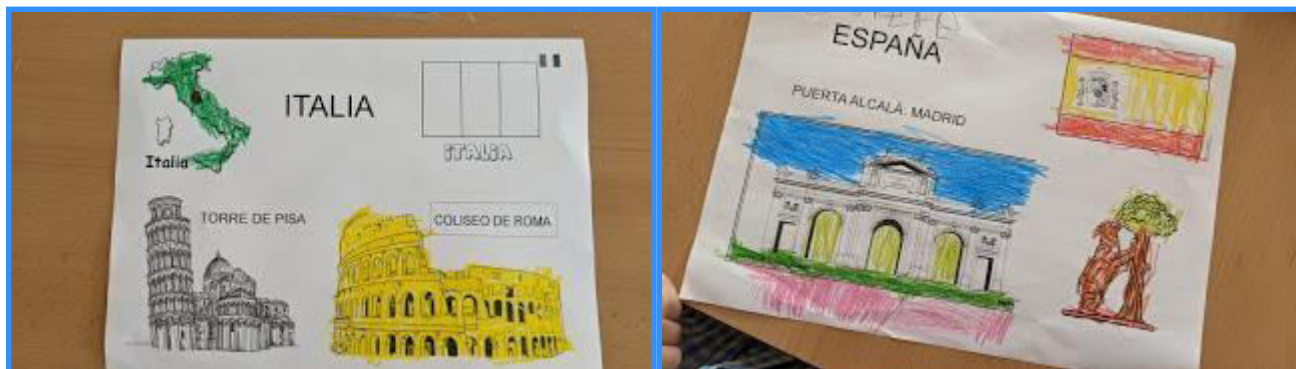


Nakon toga radimo na zastavama koristeći različite tehnike: boju, točkanje, rezanje i lijepljenje itd..



Konačno, radimo na reprezentativnom spomeniku svake zemlje:

- Vidimo njegovu sliku, saznajemo ime, materijal od kojih je izrađen, kako je sačuvan, za što je korišten itd...



Radimo na prikazu spomenika kroz različite tehnike: bojanje, napravimo slagalicu, izradimo ga glinom, napravimo mural itd...



- **Izložba spomenika**

Ciljevi:

- Upoznati spomenike zemalja projekta.
- Uključiti obrazovnu zajednicu.

Ciljana grupa: Obrazovanje predškolaca i osnovno obrazovanje.

Provedba aktivnosti:

Zamolili smo obitelji da im pomognu u izradi modela spomenika koje smo radili kod kuće. Tako smo u centru organizirali izložbu koja je, zahvaljujući suradnji Gradskog vijeća, kasnije dovedena u Muzej Formma i otvorena za širu javnost.



CONOCIENDO NUESTRO PATRIMONIO

Exposición de trabajos
Museo Formma
Calle San Antonio, en el casco antiguo.

HASTA EL 10 DE ENERO DE 2021
JUEVES A DOMINGO
10:30 A 13:30 H. Y DE 16:00 A 19:00 H.
MUSEO FORMMA

"Nuestro patrimonio: donde el pasado se encuentra con el futuro"
Comisión Europea

ERASMUS+

AD-DICTED TO EDUCATION!

La exposición muestra los trabajos realizados por las familias del CEIP El Santo para dar a conocer el Patrimonio Cultural Europeo de los países socios del proyecto Erasmus+.

[HTTPS://WWW.CEIPEL SANTO.COM/PLANES-Y-PROYECTOS/PROYECTOS-ERASMUS](https://www.ceipelsanto.com/planes-y-proyectos/proyectos-erasmus)

Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea

Castilla-La Mancha

ALCAZAR DE SANCHEZ

EDU



- **Multikulturalne jaslice**

Cilj: Upoznati ljude i kulturne aspekte različitih partnerskih zemalja.

Ciljana grupa: Obrazovanje predškolaca i osnovno obrazovanje.

Provedba aktivnosti: tijekom prve godine projekta učenici su u području likovne kulture stvarali likove iz partnerskih zemalja. Obitelji su također surađivale. Jaslice su građene sa likovima s nošnjama zemalja partnera. Ove druge godine korištene su iste figurice, a osim toga, u jaslice su dodani i neki od spomenika koje su stvorili učenici i njihove obitelji.



Erasmus karneval:

Ciljevi:

- Saznati više o kulturnim aspektima različitih partnerskih zemalja.
- Poticati uključenosti obitelji u obrazovanje.

Ciljana grupa: Obrazovanje predškolaca i osnovno obrazovanje.

Provedba aktivnosti: tijekom prosinca se organizira karneval u našem gradu. Pokrenuta je aktivnost izrade kostima povezanih s kulturnom baštinom zemalja partnera: zastave, poznate osobe, slike, gastronomija, knjige itd...



- **Tradicionalne igre**

Ciljevi: Poznavanje tradicionalnih igara zemalja partnera kao dijela naše kulturne baštine.

Ciljana grupa: Obrazovanje predškolaca

Provedba aktivnosti: U razredu, na satu tjelesnog odgoja te na odmoru smo učili i vježbali tradicionalne igre naše zemlje i ostalih zemalja partnera u projektu.

[Ovdje možete pronaći sve informacije o projektu Tradicionalne igre](#)

Španjolske igre: Rayuela, Comba, Ona s leđa i Miš vas hvata.





Hrvatske igre: Dan – noć



Rumunjske igre: Patka i lovac



- **Proslava Dana djevojčica i žena u znanosti: 11. veljače**

Cilj:

- Sjećanje na važnost znanosti.
- Naglasite važnost i potrebu da djevojke i žene pristupe znanosti.

Ciljana grupa: Obrazovanje predškolaca

Provedba: Podsjećamo na važnost znanosti, što je posebno vidljivo u ovim vremenima pandemije u kojem živimo, jer zahvaljujući znanosti imamo cjepiva. Naglašavamo poteškoće koje su žene u povijesti imale i nemogućnost posvećivanja znanosti. Iznosimo priče kao što su Marie [Curie](#) ili Margarita Salas. Štoviše, radimo na pričama o stereotipima, npr. "Pirueteta y garabato" "[Pirueteta y Garabato](#)".

Konačno, zajedno pjevamo pjesmu [Ovisi o dva](#)



- **Naša tradicija**

Cilj:

- Upoznati tradiciju i svečanosti našeg lokaliteta.

Ciljana grupa: Obrazovanje predškolaca

Provedba: U ranom djetinjstvu razvili smo različite aktivnosti kako bismo naučili o običajima i svečanostima našeg lokaliteta: Sveti Antón, Sveti Sebastián i Sveti Isidro. Neke od aktivnosti koje se provode su:

Gledamo videa i sjećamo se o čemu se radi na proslavi, radimo radove i murale, jedemo tipične proizvode, oblačimo se u tipičan kostim i učimo plesati jotu. Ovdje možete pronaći sve informacije o Projektu Običaji:

[Projekt Običaji](#)





- **Dan knjige:**

Cilj:

- Potaknuti čitanje lokalnih autora.

Ciljana grupa: Obrazovanje predškolaca i osnovna škole.

Provedba: Tijekom mjeseca travnja, pokrenuli smo projekt oko knjiga autora s našeg područja, Roberta Aliage. Neke od aktivnosti koje se provode su: čitamo knjige, vidimo likove, crtamo ih, oblačimo, učimo tko je autor, stvaramo oznake itd...



Održali smo i videokonferenciju s autorom na kojoj mu djeca postavljaju brojna pitanja o njegovom radu i knjigama. Ova aktivnost je također provedena s učenicima u nižim razredima.



Ovdje možete pronaći sve informacije o projektu [Dan knjige](#)

- **Plan čitanja**

Odabir knjiga za čitanje vezanih uz temu projekta:

- Aliaga, Roberto "Curso intensivo para hacerse rico", Edebé
- Aliaga Roberto "Superhéroes", Anaja
- Aliaga Roberto, Cuando trabajé en el circo. Colección Te cuento un secreto, Anaja

Rodna ravnopravnost

- Lázaro, Carmen. "[Piruetas y Garabatos](#)".
- Brenman, Ilan. "[Las princesas también se tiran pedos](#)", Algar.
- Jiménez Canizales, Harold. "[Guapa](#)" Apila Ediciones /Jiménez Canizales, Harold. "Pretty"
- Torino, Adela "[Rosa Caramelo](#)" Kalandraka /Torino, Adela "[Candy pink](#)"

BIBLIOGRAFIJA

- GUÍA PUBLICIDAD, Gobierno Vasco, Departamento de Sanidad y consumo
- LA PUBLICIDAD, OGLAŠAVANJE, PRIMJERI AKTIVNOSTI ZA OSNOVNU ŠKOLU. Terezija Fernández Ulloa
- IZVJEŠĆE, Prema cjelovitom pristupu europskoj kulturnoj baštini, Skupština za kulturu i obrazovanje, Izvješće: Mircea Diaconu, 2015.

Web-stranice

[Službeni dnevnik Europske unije, 17. svibnja 2017.](#)

Digitalni alati:

- Radna platforma s učenicima Twinspace: [eTwinning](#)
- Uređivač videozapisa: [Kizoa](#)
- Besplatna banka slika: [Creative Commons](#), [Pixabay](#)
- Brainstorming aktivnosti: [Answergarden](#)
- Evaluacija: [Surveymonkeys](#)
- Online uređivanje plakata: [Canva](#)
- Videokonferencije: [Zoom](#)
- Zajedničko korištenje i uređivanje dokumenata: [Drive](#)
- Stvaranje zagonetki: [Jigsawplanet](#)
- Virtualne karte: [Google My karte](#)
- Online glasovanje: [Mentimeter](#)
- Razrada online kvizova: [Kahoot](#)

Indeks

0. Uvod.....	1
1. NAŠI SPOMENICI	5
2. JASLICE.....	14
3. OBIČAJI I SVEČANOSTI.....	17
4. PRVA VIRTUALNA MOBILNOST S DJECOM..	25
5. NAŠA GASTRONOMIJA	33
6. DAN KNJIGE	40
7. DRUGA VIRTUALNA MOBILNOST S DJECOM	42
8. PRIJEDLOG AKTIVNOSTI ZA CIJELU ŠKOLU	48
BIBLIOGRAFIJA	65

Ovaj vodič rezultat je rada naše druge godine projekta Erasmus+ KA229 i ima za cilj prikazati rad na obrazovnoj vrijednosti europske baštine i oglašavanja.

Učeci o kulturi i baštini u njezinom izvornom obliku, naši učenici uče razumjeti skup vrijednosti, tradicija, simbola i uvjerenja koji su tada bili dio nje, a koji su se razvili i pretvorili u druge, s kojima danas žive.

Poznavanje europske povijesne, kulturne i umjetničke baštine, materijalne i nematerijalne, ključno je za jačanje osjećaja pripadnosti zajedničkom europskom prostoru. Istovremeno, ovo znanje pomoći će u promicanju vrijednosti naših učenika kao što su tolerancija, solidarnost i poštivanje različitih kulturnih i umjetničkih izričaja koji postoje.



Ovaj rad podliježe [licenci Creative Commons Recognition- Non-Commercial 4.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



Erasmus+

