



Obecny projekt pt. Eu(You)roketing połączył aż sześć szkół z pięciu krajów: z Włoch – w miejscowości Rimini, dwie szkoły z francuskiej Alzacji w Colmar i Saverne, turecką szkołę w Antalyi, szkołę z Brna, reprezentującą czeskie Morawy i gimnazjum w Chorzelowie.

Grupa uczniów naszego gimnazjum w bieżącym roku szkolnym rozpoczęła działania w edukacyjnym programie e-Twinning, który polega na współpracy szkół z krajów europejskich na platformie Twinspace. Główne cele programu to: rozwijanie języków obcych poprzez korespondencję lub videokonferencje z partnerskimi szkołami, poznawanie kultury, historii i geografii oraz innych nacji. Wykonane prace w postaci prezentacji multimedialnych- Prezi, e-booków, quizów, samodzielnie opracowanych plików filmów (Movie Maker) i muzycznych (Audacity) są umieszczane na wirtualnych tablicach - Padlet. Uczniowie poznają te narzędzia multimedialne oraz doskonałą języki obce.

Koordynatorem obecnego projektu jest szkoła z Francji w Colmar, Alzacja, z którą jesteśmy zaprzyjaźnieni i zrealizowaliśmy już roczny projekt „Catch the beat” w 2012r. Wówczas zaangażowane były trzy szkoły: w Colmar, Hanowerze i Chorzelowie, a współpraca została zapoczątkowana podczas konferencji programu e-Twinning w Aachen, w którym uczestniczyła p. A. Czepiżak. Miło, że szkoły z którymi już pracowaliśmy, nadal zapraszają naszą szkołę i uczniów do współpracy.

Cele projektu: Podniesienie świadomości co do wpływu reklamy na strategię rynkowe i ich oddziaływanie na społeczeństwo konsumpcyjne, rozbudzenie zainteresowania uczniów wpływem innych kultur i firm na rynki krajowe, rozwijanie kompetencji językowych i poznanie nowych technik informacyjno- komunikacyjnych, współpraca w grupach międzynarodowych.

Podjęmowane tematy i działania: Uczniowie przedstawiają siebie poprzez swoją ulubioną markę, uzasadniają swój wybór i przedstawiają cechy tej marki, z którymi się utożsamiają lub która odzwierciedla ich zainteresowania. W grupach narodowych uczniowie tworzą prezentacje na temat lokalnych i narodowych firm i przedstawiają ich produkty, logo oraz zasięg w kraju i zagranicą. Kolejnym etapem pracy jest wykazanie się przedsiębiorczością i opracowanie najlepszych zasad marketingu np. reklamy, jakości produktów itp. W grupach międzynarodowych uczniowie przygotowują własne marki, które mają promować uniwersalne wartości rynków europejskich. Na zakończenie odbędzie się konkurs na najbardziej kreatywną markę i najbardziej przedsiębiorczą drużynę marketingową.

Opiekunami projektu są **p. Katarzyna Machnik-Skalska i p. Agnieszka Czepiżak**

