Şcoala, ca factor de seamă al progresului, educă elevul în spirit activ-participativ în vederea integrării sale într-o societate dinamică, supusă schimbării.Ea utilizează cele mai diverse şi eficiente modalităţi de predare-învăţare ţinând cont de avantajele şi importanţa folosirii lor privite atât din punct de vedere al elevului, cât şi din cel al învăţătorului.

 Sunt promovate cu rezultate dintre cele mai interesante metodele didactice interactive în rândul cărora se înscriu cu succes jocurile de rol. Aceste jocuri se bazează pe simularea unor funcţii, relaţii, activităţi, fenomene etc. iar, prin practicarea lor,elevii devin actori ai vieţii sociale pentru care se pregătesc.Punând elevii să relaţioneze între ei, jocul de rol îi activizează din punct de vedere cognitiv şi afectiv, iar interacţiunile dintre participanţi permit autocontrolul eficient al conduitelor, comportamentelor şi achiziţiilor.

 Prfesorul are un rol deosebit în utilizarea jocului de rol.El proiectează scenariul, implicând în această activitate şi elevii, distribuie rolurile pornind de la aspiraţiile, aptitudinile şi preferinţele fiecărui participant, organizează activităţi pregătitoare, creează o atmosferă plăcută de lucru pentru a-i stimula pe interpreţi şi a evita blocajele emoţionale în preluarea şi interpretarea rolurilor, conduce modul de desfăşurare al jocului de rol.

DE CE PUBLICITATEA?

* este un instrument de comunicare ce transmite informaţii publicului cu scopul de a convinge sau de a cuceri. Publicitatea permite raspândirea unor idei şi contribuie la vânzarea unor produse.

CE MI-AM PROPUS SĂ REALIZEZ?

* Exersarea abilităţilor de management al unui stil de viaţă de calitate.
* Formarea deprinderii de a utiliza informații referitoare la produsele și serviciile de care beneficiază
* Identificarea alternativei optime de soluţionare a unei probleme personale pornind de la resursele şi interesele proprii.
* utilizarea corectă a termenilor:publicitate,reclamă, consumator ;
* identificarea scopului publicităţii;
* exprimarea opiniei în legătură cu un un anumit produs
* utilizarea informaţiilor despre publicitate cu scopul selectării produselor

ÎN LOC DE CONCLUZII

Suntem sclavii reclamelor, testăm tot ce-i nou și cumpăram tot ce-i la oferta chiar dacă nu ne trebuie. Avem miliarde de minute lunar in toate rețelele de telefonie mobilă, schimbăm telefoanele ca pe ciorapi, credem tot ce vedem in reclame și cumpăram doar „produse care respectă tradiția” preparate „ca odinioară”, uneori „prea ca la țară”. Chiar dacă nu conștientizam, suntem dependenți de publicitate.