

A - MỤC TIÊU BÀI HỌC

Giúp HS :

Nắm được mục đích của quảng cáo là thông tin, thuyết phục khách hàng tin vào chất lượng, lợi ích, sự tiện lợi,... của sản phẩm, dịch vụ, làm tăng lòng ham thích mua hàng và sử dụng dịch vụ của khách hàng.

- Biết cách viết và trình bày quảng cáo ngắn gọn, hấp dẫn.
- Thấy được tầm quan trọng của quảng cáo trong cuộc sống hiện đại.

B - NHỮNG ĐIỀU CẦN LƯU Ý

I - NỘI DUNG

Bài học gồm các đơn vị kiến thức : *Vai trò và yêu cầu chung của văn bản quảng cáo ; Cách viết văn bản quảng cáo.* Phần thứ hai (*Cách viết văn bản quảng cáo*) là phần trọng tâm của bài học.

II - PHƯƠNG PHÁP VÀ TIẾN TRÌNH TỔ CHỨC DẠY HỌC

1. Phương pháp

Thông qua việc phân tích một số văn bản quảng cáo, GV giúp HS nắm được đặc điểm, yêu cầu của văn bản quảng cáo. Để HS biết cách viết quảng cáo, tốt nhất là GV chọn loại hàng hoá, dịch vụ quen thuộc với đối tượng HS rồi hướng dẫn các em viết quảng cáo cho sản phẩm, dịch vụ đó. Từ việc làm cụ thể, dưới sự giúp đỡ của GV, HS tự khái quát rút ra cách viết quảng cáo.

2. Tiến trình tổ chức dạy học

a) *Tìm hiểu vai trò của văn bản quảng cáo trong đời sống*

- GV cho HS đọc hai văn bản quảng cáo trong SGK.
- Nêu hai câu hỏi (a), (b) phần I.1 trong SGK để HS suy nghĩ và trả lời.
- HS kể thêm các loại văn bản quảng cáo và cho biết quảng cáo đó ở đâu (các văn bản quảng cáo trên áp-phích, pa-nô, báo, tờ rơi, đài phát thanh, đài truyền hình,...).
- GV đặt thêm câu hỏi để HS trả lời : Quảng cáo về cái gì ? Quảng cáo ở đâu ? Quảng cáo để làm gì ? Tiếp theo, GV yêu cầu HS phát biểu khái niệm văn bản quảng cáo.

b) *Tìm hiểu yêu cầu chung của văn bản quảng cáo*

- HS trao đổi theo nhóm về hai văn bản quảng cáo trích trong SGK. Khi thảo luận cần đặc biệt lưu ý cách chọn nội dung quảng cáo về hàng hoá, dịch vụ (những mặt

ưu việt : hình thức, tác dụng, giá thành, sự tiện lợi), cách chọn lựa sử dụng từ ngữ để nêu bật sự vượt trội đó của hàng hoá, dịch vụ được quảng cáo.

– Dựa vào các gợi ý trong SGK, GV hướng dẫn HS phê phán, nhận xét một số quảng cáo.

+ Quảng cáo 1 (nước uống giải khát) : dài dòng mà vẫn không nêu được tính ưu việt của sản phẩm.

+ Quảng cáo 2 (kem làm trắng da) : tăng bốc quá mức, phi thực tế, sử dụng từ ngữ thiếu thận trọng, khiến người nghe bức bối và nghi ngờ sản phẩm.

– GV cho HS trả lời các yêu cầu của quảng cáo về nội dung thông tin, tính hấp dẫn và thuyết phục.

c) Tập viết quảng cáo

– GV đưa yêu cầu quảng cáo cho một sản phẩm, dịch vụ quen thuộc với cuộc sống của HS (dầu gội đầu, kem đánh răng, rau sạch, giống cây trồng mới, phân bón,...). Chúng ta lấy yêu cầu trong SGK làm ví dụ : quảng cáo cho sản phẩm rau sạch.

– Hướng dẫn HS tìm nội dung quảng cáo về sản phẩm rau sạch. Có thể suy nghĩ và lựa chọn các điểm ưu việt sau của rau sạch :

+ Rau sạch bảo đảm an toàn thực phẩm như thế nào ? Chẳng hạn : Rau sạch đảm bảo an toàn thực phẩm là rau không độc hại đến sức khoẻ người sử dụng (không sử dụng chất kích thích tăng trưởng, tưới bằng nước sạch, không có các chất độc hại khác,...).

+ Rau sạch gồm nhiều loại, thoả mãn nhu cầu lựa chọn của người mua.

+ Giá cả hợp lí, không cao hơn so với các loại rau khác là mấy.

– HS thảo luận chọn phương pháp trình bày. (Dùng quy nạp hay so sánh ? Nếu là quy nạp thì sẽ trình bày như thế nào ? Còn nếu so sánh thì phải so sánh với cái gì ? v.v.)

– Chọn lời (từ ngữ, câu,...) để diễn đạt nội dung đã lựa chọn và xác định.

– Khuyến khích HS dùng tranh vẽ minh hoạ, hình thức trình bày đẹp, hấp dẫn.

Lưu ý: Có thể chia ra nhiều nhóm để các em thảo luận, đề xuất phương án quảng cáo. Đại biểu từng nhóm trình bày quảng cáo. Các nhóm khác đánh giá, nhận xét và bình chọn lời quảng cáo hay nhất.

d) Khái quát rút ra cách viết văn bản quảng cáo

GV gợi ý HS khái quát một số nội dung sau :

– Chọn nội dung quảng cáo.

– Cách trình bày quảng cáo.

– Câu văn, từ ngữ trong văn bản quảng cáo.

e) *Luyện tập*

GV hướng dẫn HS làm bài tập 1 ở lớp và bài tập 2 có thể cho HS làm ở nhà.

III - KIỂM TRA, ĐÁNH GIÁ – GỢI Ý GIẢI BÀI TẬP

1. Kiểm tra, đánh giá

– GV có thể sử dụng một trong các ý của bài tập 2 như một phương tiện để kiểm tra, đánh giá năng lực viết quảng cáo của HS.

– GV cũng có thể cùng cả lớp chọn một trong các đề tài đã gợi ý trong sách, hoặc chọn đề tài khác, miễn sao cho phù hợp với sự hiểu biết và sở thích của HS.

– Chia lớp thành một số nhóm (có thể theo tổ học tập).

– Các thành viên của nhóm thảo luận, xác định nội dung quảng cáo, chọn phương thức biểu đạt và viết thành văn bản quảng cáo.

– Đại diện các tổ trình bày và thuyết minh về văn bản của mình. Tập thể đánh giá xem văn bản nào gây ấn tượng nhất.

2. Gợi ý giải bài tập

Bài tập 1

Bài tập yêu cầu phân tích tính súc tích, hấp dẫn và hiệu quả của ba văn bản quảng cáo.

Cả ba văn bản quảng cáo đều viết rất ngắn gọn nhưng đầy đủ nội dung cần quảng cáo.

Từng quảng cáo đều nêu được phẩm chất (đặc tính) vượt trội của sản phẩm.

a) Chiếc xe không những là sản phẩm vượt trội (*sang trọng, tinh tế, mạnh mẽ, quyến rũ*) mà còn là người bạn đáng tin cậy.

b) Sữa tắm đặc biệt, “thơm ngát hương hoa” là “bí quyết làm đẹp”.

c) Sự thông minh, tự động hoá làm cho máy ảnh vô cùng tiện lợi, dễ sử dụng. Cách viết rất hấp dẫn.

Hãy tìm và phân tích cách chọn từ ngữ đặc dụng để chỉ tính vượt trội của sản phẩm, cách sử dụng linh hoạt nhiều kiểu câu khác nhau với độ dài ngắn khác nhau một cách thích hợp.

Bài tập 2

Bài tập này cung cấp nhiều tình huống quảng cáo, chỉ cần chọn một tình huống là đủ. Để viết quảng cáo, trước tiên cần tìm được nét đặc biệt, có lợi, hấp dẫn của đối tượng cần quảng cáo rồi tìm cách tốt nhất để diễn đạt chúng.