

COMPRENDERE LA PUBBLICITÀ E IL MARKETING DIGITALE

MATERIA: Educazione civica, alfabetizzazione digitale, educazione

ARGOMENTO DELLA LEZIONE: Studi sociali, Cittadinanza digitale, Educazione al consumo

DURATA: 60 min

OBIETTIVO/I DI APPRENDIMENTO:

Obiettivi principali della lezione:

Fornire a studenti e studentesse una chiara comprensione dei loro diritti in quanto consumatori digitali, dei modi in cui funziona la pubblicità digitale e delle tecniche utilizzate dagli esperti di marketing per influenzare il comportamento di acquisto online.

Competenze che verranno acquisite:

Conoscenza dei diritti dei consumatori digitali.

Capacità di pensiero critico nell'analisi delle pubblicità digitali.

Consapevolezza delle tecniche di marketing utilizzate negli spazi digitali.

MATERIALI/RISORSE NECESSARIE:

Modulo 5 (<https://www.digi-civis.eu/e-learning>)

Proiettore e computer per le presentazioni

Accesso a Internet

METODI/TECNICHE:

- Discussioni in piccoli gruppi
- Riflessione personale e autovalutazione
- Discussione in classe e feedback
- Articoli e casi di studio sui consumatori digitali

PANORAMICA DELLA LEZIONE

PREPARAZIONE:

- Preparate le diapositive di presentazione del MODULO 5 di DIGI-CIVIS.
- Raccogliete esempi di varie tecniche di marketing digitale (annunci sui social media, banner, e-mail marketing, ecc.).
- Testate le apparecchiature audiovisive per la proiezione di video o dimostrazioni web dal vivo.
- Organizzate l'aula in modo da facilitare la discussione e il lavoro di gruppo.

SVOLGIMENTO:

- Introduzione (10 minuti): Iniziate discutendo il ruolo della pubblicità digitale nell'economia odierna. Spiegare perché la comprensione dei diritti dei consumatori digitali è importante per tutti gli utenti di Internet.
- Discussione sulle tecniche di marketing (10 minuti): Mostrate esempi di tecniche di marketing digitale comuni, come annunci personalizzati, influencer sui social media, cookie e tracciamento comportamentale.
- Incoraggiate gli studenti a discutere e analizzare gli annunci: Quali tecniche vengono utilizzate? Come cercano di influenzare i consumatori? (10 minuti)
- Attività di gruppo (20 minuti): Dividete gli studenti in gruppi e date a ciascun gruppo un caso studio che riguarda la pubblicità digitale ingannevole o i problemi di privacy. Chiedete loro di discutere cosa è andato storto nel caso e quali diritti dei consumatori sono stati violati.
- Riflessione (10 minuti): Chiedete agli studenti di pensare a un annuncio pubblicitario recente che hanno visto online e di presentare una breve idea per stabilire se pensano che l'annuncio sia stato etico o manipolativo.

MAGGIORI INFORMAZIONI PER SAPERNE DI PIÙ:

PE, [Regolamentare la pubblicità comportamentale mirata nei servizi digitali](#)

COM, [Studio comportamentale sulle pratiche pubblicitarie e di marketing](#)

ALLEGATI:

[Il punto di vista di ECC-Net sul Fitness Check dell'UE sull'equità digitale](#)

[DSA - Annunci mirati](#)

[Esempi di sleali pratiche commerciali](#)

COMPITI A CASA:

Gli studenti devono ricercare una pubblicità digitale che hanno incontrato nella scorsa settimana e scrivere una riflessione di una pagina su: Quale tecnica di marketing è stata utilizzata?

VALUTAZIONE:

Attraverso la partecipazione alle discussioni di gruppo, le risposte e l'impegno durante l'esercizio di studio di un caso. Revisione delle riflessioni scritte, con particolare attenzione alla capacità dello studente di applicare i concetti di diritti dei consumatori digitali.