

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

*Πρόγραμμα Καλλιέργειας Δεξιοτήτων
Πράξη: «Επιμόρφωση των εκπαιδευτικών στις δεξιότητες
μέσω εργαστηρίων» (MIS 5092064)*



ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ 2014-2020» που συγχρηματοδοτείται από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο)



Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΩ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩ –
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΣΚΕΨΗ & ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ

1. Οικονομικός Γραμματισμός

Καταναλώνω ...



Ράλια Θωμά

Φιλοσοφία – Σκοπιμότητα προγράμματος

Η εκπαίδευση στον οικονομικό γραμματισμό (economic / financial literacy) θεωρείται ότι πρέπει να ξεκινάει από μικρή ηλικία, καθώς ο ρόλος του οικονομικού γραμματισμού στον αυτοέλεγχο και στη διαχείριση των ατομικών πόρων κρίνεται ως ιδιαίτερα σημαντικός (Akhan, 2015)¹. Ο οικονομικός γραμματισμός, άλλωστε, εμπεριέχεται στην 7^η βασική Ικανότητα, στην Ικανότητα του επιχειρείν, σύμφωνα με τη Σύσταση σχετικά με τις βασικές ικανότητες της διά βίου μάθησης, όπως αυτή προτάθηκε από το Συμβούλιο της Ευρώπης (2018). Ειδικότερα, αναφέρεται ότι τα άτομα «θα πρέπει να διαθέτουν γνώσεις οικονομικής επιστήμης και θα πρέπει να κατανοούν τις κοινωνικές και οικονομικές ευκαιρίες και προκλήσεις που αντιμετωπίζει ένας εργοδότης, ένας οργανισμός ή μια κοινωνία». Παράλληλα, αναγνωρίζεται ως βασική η ικανότητα λήψης οικονομικών αποφάσεων σχετικά με το κόστος και την αξία» (Σύσταση Συμβουλίου της Ευρώπης, 2018: 11).

Σκοπός αυτού του προγράμματος είναι να καλλιεργήσει στους μαθητές και στις μαθήτριες των δύο τελευταίων τάξεων του Δημοτικού την ψηφιακή κριτική σκέψη όσον αφορά στις καταναλωτικές ανάγκες και συνήθειες μέσα από δραστηριότητες που αφορούν στις διαφημίσεις, τη διάκριση των αναγκών και των επιθυμιών του κάθε ατόμου, την αναζήτηση ενός προϊόντος σε διαφορετικά ηλεκτρονικά καταστήματα προκειμένου να καταλήξουν στην πιο συμφέρουσα, από διάφορες απόψεις και όχι μόνο από οικονομικής πλευράς, αγορά, τον εντοπισμό των χαρακτηριστικών ενός ιστότοπου που τον καθιστούν ασφαλή για την πραγματοποίηση μιας ηλεκτρονικής αγοράς.

¹ Akhan, N.M. (2015). Economic Literacy Levels of Social Studies Teacher Candidates. *Word Journal of Education*, 5(1), 25-39.

Πληροφορίες υλοποίησης: προαπαιτούμενες γνώσεις, προετοιμασία υλικού

1. Τι θα χρειαστείτε για την υλοποίηση του προγράμματος;

- Περιοδικά, εφημερίδες, διαφημιστικά φυλλάδια τα οποία να περιέχουν διαφημίσεις

2. Πώς θα εργαστούν οι μαθητές κατά τη διάρκεια του προγράμματος;

- Ατομικά: ο κάθε μαθητής εργάζεται μόνος του
- Ομαδικά: οι μαθητές χωρίζονται σε ομάδες. Το πλήθος της κάθε ομάδας και ο τρόπος χωρισμού (τυχαία επιλογή, επιλέγουν οι μαθητές, επιλέγετε εσείς) είναι δική σας απόφαση. Προτείνεται να κρατήσετε τις ομάδες των μαθητών σταθερές καθ' όλη τη διάρκεια υλοποίηση τους προγράμματος.
- Ολομέλεια τάξης: Η δραστηριότητα π.χ. συζήτηση γίνεται με όλη την τάξη.

3. Προαπαιτούμενες γνώσεις – Σημαντικές πληροφορίες

Δεν χρειάζονται προαπαιτούμενες γνώσεις για την υλοποίηση του προγράμματος, αλλά ακόμα κι αν χρειαστείτε κάτι θα το βρείτε στην αναλυτική περιγραφή του κάθε εργαστηρίου.





Χρειάζεται, ωστόσο, για πρακτικούς λόγους να γνωρίζετε ότι το τελικό προϊόν του προγράμματος είναι η δημιουργία μιας εικονικής ιστοσελίδα όπου οι μαθητές και οι μαθήτριες θα λανσάρουν το προϊόν τους, εφαρμόζοντας τις πολιτικές του ασφαλούς ηλεκτρονικού εμπορίου.




Περιγραφή επτά Εργαστηρίων: Στοχοθεσία των εργαστηρίων, προτεινόμενες δράσεις και υλικό αφόρμησης, επέκτασης, γενίκευσης

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

ΣΧΟΛΕΙΟ		ΤΜΗΜΑ.....	ΣΧΟΛ. ΕΤΟΣ:
Θεματική	4. Δημιουργώ Καινοτομώ – Δημιουργική Σκέψη και Πρωτοβουλία	Υποθεματική	Οικονομικός Γραμματισμός
ΒΑΘΜΙΔΑ/ΤΑΞΕΙΣ (που προτείνονται)	Ε΄ - Στ΄ Δημοτικού		
Τίτλος	Καταναλώνω...		

Δεξιότητες στόχευσης του εργαστηρίου	Ψηφιακή μάθηση 21 ^{ου} αιώνα (4cs σε ψηφιακό περιβάλλον)
Σύνδεση με τη Βασική Θεματική	(υποθεματική «2. Επιχειρηματικότητα – Αγωγή Σταδιοδρομίας – Γνωριμία με επαγγέλματα»)

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα	Εργαστήριο/τίτλος	Δραστηριότητες – (ενδεικτικές)
<p>Σκοπός: Οι μαθητές/τριες να αναγνωρίσουν τους τρόπους και τις λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιούν οι διαφημίσεις για να επηρεάσουν το καταναλωτικό κοινό.</p> <p>Οι μαθητές / τριες:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Διατυπώνουν υποθέσεις ως προς τα χαρακτηριστικά των διαφημίσεων 2. Επιλέγουν διαφημίσεις 3. Αναθεωρούν / εμπλουτίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά των διαφημίσεων 	<p>Ξεκλειδώνοντας τη διαφήμιση (α')</p> 	<p>Συνολική διάρκεια δραστηριοτήτων: 1 X 45 λεπτά</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (ολομέλεια): Συζήτηση στην ολομέλεια της τάξης 2. (ομαδικά): επιλέγουν διαφημίσεις από το διαδίκτυο ή από περιοδικά / εφημερίδες κλπ 3. (ολομέλεια): Συζήτηση στην ολομέλεια της τάξης
<p>Σκοπός: Οι μαθητές/τριες να αναγνωρίσουν τους τρόπους που χρησιμοποιούν οι διαφημίσεις για να επηρεάσουν το καταναλωτικό κοινό.</p> <p>Οι μαθητές / τριες:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Αναλύουν τα χαρακτηριστικά των διαφημίσεων 2. Διαμορφώνουν άποψη ως προς τα βασικά στοιχεία της διαφήμισης που μπορεί να επηρεάσουν έναν καταναλωτή 	<p>Ξεκλειδώνοντας τη διαφήμιση (β')</p> 	<p>Συνολική διάρκεια δραστηριοτήτων: 1 X 45 λεπτά</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (ομαδικά): Συμπλήρωση Φύλλου εργασίας 1. 2. (ολομέλεια): Καταγραφή στον πίνακα της τάξης και συζήτηση
<p>Σκοπός: Οι μαθητές/τριες να αναγνωρίσουν τους λόγους που αγοράζουν προϊόντα</p> <p>Οι μαθητές / τριες:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. διακρίνουν την έννοια των ρημάτων «έχω ανάγκη» - «επιθυμώ» 2. αναλύουν τους λόγους της τοποθέτησης της κάθε κάρτας στην αντίστοιχη ετικέτα 3. αναγνωρίζουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους 	<p>Αγοράζω επειδή...</p> 	<p>Συνολική διάρκεια δραστηριοτήτων: 1 X 45 λεπτά</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (ατομικά): φύλλο εργασίας 3 2. (ολομέλεια): δημιουργία εννοιολογικού χάρτη 3. (ατομικά): συμπλήρωση φύλλου εργασίας 4 και 5
<p>Σκοπός: Οι μαθητές/τριες να χρησιμοποιούν συγκριτικές μεθόδους, προκειμένου να αποφασίσουν για τις αγορές τους.</p> <p>Οι μαθητές / τριες:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Αναλύουν ένα πρόβλημα σε επιμέρους μέρη 2. Αναλύουν τους λόγους επιλογής 	<p>Καταναλώνω έξυπνα</p> 	<p>Συνολική διάρκεια δραστηριοτήτων: 1 X 45 λεπτά</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (ομαδικά): Φύλλο εργασίας 6 2. (ολομέλεια): Συζήτηση στην ολομέλεια της τάξης 3. (ολομέλεια): Συζήτηση στην ολομέλεια της τάξης.

<p>αγοράς του προϊόντος από το συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα.</p> <p>3. Ταξινομούν τους λόγους επιλογής αγοράς ενός προϊόντος από συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα</p>		
<p>Σκοπός: Οι μαθητές/τριες να κατανοήσουν ότι οι διαδικτυακές αγορές μπορεί να κρύβουν απάτες και να είναι σε θέση να τις εντοπίσουν</p> <p>Οι μαθητές / τριες:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Εντοπίζουν στοιχεία σε διαδικτυακούς τόπους τα οποία τους καθιστούν κατά την άποψή τους ασφαλείς για ηλεκτρονικές αγορές 2. Ανακοινώνουν και αιτιολογούν την άποψή τους στην ολομέλεια της τάξης 3. Επαληθεύουν τις υποθέσεις τους 	<p>Αγοράζω στο διαδίκτυο...με προσοχή</p> 	<p>Συνολική διάρκεια δραστηριοτήτων: 2 X 45 λεπτά</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (ομαδικά): καταγραφή κοινών στοιχείων σε ένα φύλλο Α4. 2. (ολομέλεια): καταγραφή στον πίνακα ή σε κοινό εννοιολογικό χάρτη 3. (ολομέλεια / ομαδικά): επίσκεψη ιστοσελίδων ή χρήση υποδειγματικού υλικού
<p>Σκοπός του εργαστηρίου: τελική αξιολόγηση του εργαστηρίου.</p> <p>Οι μαθητές / τριες: Δημιουργούν πρωτότυπη διαφήμιση ή /και προϊόν</p>	<p>Λανσάρω το προϊόν μου</p> 	<p>Συνολική διάρκεια δραστηριοτήτων: 1 X 45 λεπτά.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (ομαδικά): κολλάζ, ζωγραφική ή χρήση ψηφιακών εργαλείων.
<p>Σκοπός του εργαστηρίου: τελική αξιολόγηση του εργαστηρίου.</p> <p>Οι μαθητές / τριες:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Δημιουργούν πρωτότυπη διαφήμιση ή /και προϊόν (συνέχεια από προηγούμενο εργαστήριο) 2. Συμπληρώνουν τα σχετικά έντυπα αξιολόγησης / ετεροαξιολόγησης 	<p>Αξιολόγηση</p> 	<p>Συνολική διάρκεια δραστηριοτήτων: 1 X 45 λεπτά.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (ομαδικά): κολλάζ, ζωγραφική ή χρήση ψηφιακών εργαλείων. 2. (ατομικά): έντυπα αξιολόγησης

^A
 Ακολουθεί η αναλυτική περιγραφή του κάθε εργαστηρίου.

1^ο Εργαστήριο: Ξεκλειδώνοντας τη διαφήμιση (α΄) (Διάρκεια 1 X 45΄)

1^η δραστηριότητα (ολομέλεια τάξης): Δημιουργήστε με τους μαθητές σας τον εννοιολογικό χάρτη των βασικών χαρακτηριστικών της διαφήμισης είτε στον πίνακα της τάξης είτε με χρήση online εργαλείου δημιουργίας εννοιολογικών χαρτών π.χ. [cmap](http://cmap.com), bubbl.us, το εργαλείο δημιουργίας εννοιολογικών χαρτών της e-class κλπ.

Ενδεικτικά θα μπορούσατε να θέσετε την ακόλουθη ερώτηση:

- Ποια είναι τα στοιχεία / βασικά χαρακτηριστικά των διαφημίσεων που βλέπετε στο ίντερνετ, στην τηλεόραση, στον έντυπο τύπο (περιοδικά, εφημερίδες, διαφημιστικά φυλλάδια, αφίσες κλπ) ή ακούτε στο ραδιόφωνο;

2^η δραστηριότητα (ομαδικά): Μοιράστε στους μαθητές σας έντυπο υλικό το οποίο να περιέχει διαφημίσεις (περιοδικά, εφημερίδες, διαφημιστικά φυλλάδια κλπ. Μπορείτε, επίσης, να έχετε ζητήσει μερικές μέρες νωρίτερα από τους μαθητές σας να φέρουν το έντυπο υλικό ή να το έχουν «ανεβάσει» στην e-class π.χ. wiki ή στην e-me ή ζητήστε τους να βρουν στο διαδίκτυο 2-3 διαφημίσεις. Μοιράστε τους, επίσης, μια λευκή σελίδα A4 και ζητήστε τους να σημειώσουν ποια από τα χαρακτηριστικά που ανέφεραν στον εννοιολογικό χάρτη της 1^{ης} δραστηριότητας εντοπίζουν σε κάθε διαφήμιση και με ποιο τρόπο περιέχονται σε κάθε μία από τις διαφημίσεις που επέλεξαν π.χ. έντονα χρώματα εικόνας π.χ. κόκκινο, κίτρινο, σλόγκαν: «θα σου μείνει αξέχαστη...» κλπ.

3^η δραστηριότητα (ολομέλεια): Συζητήστε στην ολομέλεια της τάξης τις καταγραφές των μαθητών και αναθεωρήστε τον εννοιολογικό χάρτη, εφόσον κρίνεται απαραίτητο. Αναλύστε τη λέξη διαφήμιση στα συστατικά της και συζητήστε ποιος είναι ο στόχος της διαφήμισης (να τραβάς την προσοχή σε κάτι, να γνωστοποιείς κάτι σε κάποιον, να δίνεις μια πληροφορία για ένα γεγονός/ προϊόν, δη διάδοση μιας είδησης με τη φήμη)

Πρόταση: Ζητήστε από τις ομάδες να κρατήσουν τις διαφημίσεις με τις οποίες εργάστηκαν, καθώς θα τις χρειαστούν στο 2^ο εργαστήριο.

2^ο Εργαστήριο: Ξεκλειδώνοντας τη διαφήμιση (β') (Διάρκεια 1 X 45')

1^η δραστηριότητα (ομαδικά): Μοιράστε στις ομάδες των μαθητών το φύλλο εργασίας 1 (βλ. σελ. 16-17) και ζητήστε τους να το συμπληρώσουν για κάθε μία διαφήμιση με την οποία ασχολήθηκαν στο προηγούμενο εργαστήριο.

2^η δραστηριότητα (ολομέλεια τάξης): Αξιοποιώντας τις σημειώσεις στο φύλλο εργασίας 1, η κάθε ομάδα παρουσιάζει στην ολομέλεια της τάξης και γράφει στον πίνακα της τάξης τα στοιχεία εκείνα τα οποία ωθούν ή όχι έναν καταναλωτή να αγοράσει ή να μην αγοράσει ένα προϊόν. Στη συνέχεια συζητήστε όσα σημείωσαν οι ομάδες στον πίνακα και εντοπίστε τα κοινά σημεία, αν υπάρχουν.

Επέκταση δραστηριότητας: Αναφέρετε στους μαθητές τον όρο «έμμεση διαφήμιση», η οποία προβάλλει ένα προϊόν χωρίς, όμως, να φαίνεται ότι το κείμενο, η τηλεοπτική ή ραδιοφωνική εκπομπή, η διαφήμιση, η ταινία, η σειρά στο ίντερνετ αποτελεί πληρωμένη διαφήμιση. Ενδεικτικά προτείνεται να τους αναφέρετε: «Μέχρι τώρα μιλήσαμε για τις άμεσες διαφημίσεις. Υπάρχουν, όμως, και οι έμμεσες διαφημίσεις. Μπορείτε να σκεφτείτε και να εντοπίσετε τη διαφορά τους;». Αν δυσκολεύονται αναφέρετέ τους ενδεικτικά τα ψιλά γράμματα με τον τίτλο «Τοποθέτηση προϊόντος» που εμφανίζονται σε τηλεοπτικές εκπομπές, δελτία ειδήσεων, τηλεοπτικές σειρές. Ένα άλλο παράδειγμα είναι η διαφήμιση ενός βιβλίου ή άλλου προϊόντος σε μια ραδιοφωνική εκπομπή η οποία το δωρίζει στους ακροατές της, η ύπαρξη γνωστών προϊόντων π.χ. αναψυκτικών σε μια τηλεοπτική σειρά π.χ. οι δύο ηθοποιοί κάθονται να πιούν τον καφέ τους σε κούπα που απεικονίζει έναν παπαγάλο, άρα πρόκειται για έμμεση διαφήμιση εταιρείας ελληνικού καφέ. Ζητήστε από τους μαθητές σας να καταγράψουν έμμεσες διαφημίσεις στο φύλλο εργασίας 2 (βλ. σελ.18).

Πρόταση οργάνωσης για την 1^η δραστηριότητας του επόμενου εργαστηρίου (3^ο): Ζητήστε από τους μαθητές να φέρουν στην τάξη 4 φωτογραφίες προϊόντων που έχουν αγοράσει και την ετικέτα τους, την απόδειξη αγοράς ή να θυμούνται, έστω, την τιμή τους. Ακόμα καλύτερα θα ήταν να ανεβάσουν τα προαναφερθέντα σε ένα wiki της e-class ή σε μια κυψέλη της e-me που έχετε ετοιμάσει για το εργαστήριο / πρόγραμμα.

Πρόταση: Τα φύλλα εργασίας μπορούν να μπου στο portfolio του κάθε μαθητή.

3^ο Εργαστήριο: Αγοράζω επειδή... (Διάρκεια 1 X 45')

1^η δραστηριότητα (ατομική): Για τη δραστηριότητα αυτή θα χρειαστείτε το υλικό που αναφέρεται στο τέλος του 2^{ου} εργαστηρίου στην παράγραφο: «Πρόταση οργάνωσης για την επόμενη δραστηριότητα του επόμενου εργαστηρίου». Μοιράστε και ζητήστε από τους μαθητές να συμπληρώσουν για κάθε ένα από τα προϊόντα τους το φύλλο εργασίας 3 (βλ. σελ.19-20). Πριν ξεκινήσετε τη δραστηριότητα συζητήστε με τους μαθητές την έννοια των ρημάτων «έχω ανάγκη» και «επιθυμώ». Ποια είναι η διαφορά τους; Ενδεικτικοί ορισμοί που μπορεί να χρησιμοποιηθούν: το ρήμα «έχω ανάγκη» χρησιμοποιείται για αγαθά / αντικείμενα ή υπηρεσίες οι οποίες είναι απαραίτητες και αναγκαίες για την επιβίωσή μας όπως το φαγητό, το νερό, ο ήλιος, τα ρούχα, η εκπαίδευση, η ιατρική περίθαλψη. Το ρήμα «επιθυμώ» χρησιμοποιείται για να αναφερθούμε σε αγαθά/ αντικείμενα τα οποία επιθυμούμε, θα θέλαμε να τα έχουμε αλλά δεν παίζουν καθοριστικό ρόλο στην επιβίωσή μας π.χ. γλυκά. Προτείνεται οι ορισμοί να καταγραφούν και να αναρτηθούν σε εμφανές σημείο της τάξης.

2^η δραστηριότητα (ολομέλεια): Δημιουργήστε στην ολομέλεια της τάξης τον εννοιολογικό χάρτη των αγορών (είτε στον πίνακα της τάξης είτε χρησιμοποιώντας online εργαλεία δημιουργίας εννοιολογικών χαρτών π.χ. [cmap](#), [bubbl.us](#), το εργαλείο δημιουργίας εννοιολογικών χαρτών της e-class κλπ.. Η κεντρική ιδέα του εννοιολογικού χάρτη μπορεί να είναι «λόγοι αγοράς» και μερικοί από τους κόμβους του: ανάγκες π.χ. λάπτοπ λόγω της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης, επιθυμίες π.χ. χόμπι, διασκέδαση, ελεύθερος χρόνος. Συζητήστε με τους μαθητές σας πώς η προσωπικότητα, τα ενδιαφέροντα, η οικονομική επιφάνεια του κάθε ανθρώπου επηρεάζει τις αγορές του.

3^η δραστηριότητα (ατομική): Μοιράζετε σε κάθε μαθητή τα φύλλα εργασίας 4 και 5 (σελ. 21 - 22) και ζητάτε να συμπληρώσουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες που έχουν αυτή τη χρονική στιγμή. Στη συνέχεια ο/η κάθε μαθητής/μαθήτρια μπορεί να παρουσιάσει και να αιτιολογήσει τις επιλογές του/της στην ολομέλεια της τάξης.

Πρόταση: Τα φύλλα εργασίας μπορούν να μπου στο portfolio του κάθε μαθητή.

4^ο Εργαστήριο: Αγοράζω έξυπνα... (Διάρκεια 1 X 45')

1^η δραστηριότητα (ομαδική): Οι μαθητές χωρισμένοι σε ομάδες αναζητούν το ίδιο προϊόν σε 3 διαφορετικά ηλεκτρονικά καταστήματα προκειμένου να συμπληρώσουν το φύλλο εργασίας 6 (βλ. σελ.23). Ζητήστε από την κάθε ομάδα μαθητών να αξιολογήσει τα στοιχεία που κατέγραψε στον πίνακα, να αποφασίσει από ποιο ηλεκτρονικό κατάστημα θα αγοράσει το προϊόν και για ποιους λόγους επέλεξε το συγκεκριμένο κατάστημα.

2^η δραστηριότητα (ολομέλεια): Ο / η εκπρόσωπος της κάθε ομάδας παρουσιάζει στην ολομέλεια της τάξης το προϊόν, αναφέρει συνοπτικά τα στοιχεία που βρήκαν και τους λόγους που κατέληξαν να αγοράσουν το προϊόν από το συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα.

3^η δραστηριότητα (ολομέλεια): Συζητήστε με τους μαθητές σας τους τα στοιχεία του πίνακα που υπάρχει στο φύλλο εργασίας 6, ώστε να κατανοήσουν ποιο σκοπό επιτελεί κάθε στοιχείο, αν δεν τους έχει γίνει ως τώρα σαφές. Ποια από αυτά κρίνουν ιδιαίτερα σημαντικά για την αγορά ενός προϊόντος και για ποιο λόγο; Ζητήστε τους να τα ταξινομήσουν από το πιο σημαντικό στο λιγότερο σημαντικό. Μπορείτε, αν δεν το έχουν ήδη αναφέρει οι μαθητές σας, να τους δείξετε τον ιστοτόπο skroutz.gr το οποίο προβάλλει τις τιμές ενός προϊόντος από διάφορα ηλεκτρονικά καταστήματα και να τους ωθήσετε να αναζητήσουν το προϊόν τους και εκεί και να συγκρίνουν τις τιμές.

Πρόταση: Τα φύλλα εργασίας μπορούν να μπου στο portfolio του κάθε μαθητή.

5^ο Εργαστήριο: Αγοράζω στο διαδίκτυο με προσοχή (Διάρκεια 1 X 45')

1^η δραστηριότητα (ομαδική). Ζητήστε από τους μαθητές να επισκεφτούν εκ νέου τα ηλεκτρονικά καταστήματα που είχαν επισκεφτεί στην 1^η δραστηριότητα του 4^{ου} εργαστηρίου και να παρατηρήσουν και να καταγράψουν σε ένα τετράδιο / φύλλο Α4 ποια είναι χαρακτηριστικά τα οποία έχουν αυτά τα ηλεκτρονικά καταστήματα που τα καθιστούν κατά τη γνώμη τους ασφαλή για ηλεκτρονικές αγορές. Ενημερώστε τους ότι ο /η εκπρόσωπος κάθε ομάδας θα παρουσιάσει και θα αιτιολογήσει τα χαρακτηριστικά αυτά στην ολομέλεια της τάξης.

2^η δραστηριότητα (ολομέλεια): Ζητήστε από τον εκπρόσωπο της κάθε ομάδας να παρουσιάσει και να αιτιολογήσει τις επιλογές της ομάδας τους ως προς τα χαρακτηριστικά που θεωρούν ότι καθιστούν έναν ιστότοπο ασφαλή για ηλεκτρονικές αγορές. Καταγράψτε τις απαντήσεις της κάθε ομάδας στον πίνακα της τάξης ή σε μορφή εννοιολογικού χάρτη και εντοπίστε τα κοινά σημεία και τις διαφορές.

3^η δραστηριότητα (ολομέλεια): (Αν έχετε διαθέσιμο χρόνο προτείνεται η δραστηριότητα να γίνει σε ομάδες μαθητών, ώστε να συγκρίνουν μόνοι τους τις σημειώσεις που έχουν κρατήσει στην προηγούμενη δραστηριότητα, να καταλήξουν συμπεράσματα και να τα ανακοινώσουν στην ολομέλεια της τάξης). Επισκεφτείτε την ιστοσελίδα του Cyber Security International Institution "[Πώς μπορώ να καταλάβω πότε μια ιστοσελίδα είναι ασφαλής](#)". Σύμφωνα με τον συγκεκριμένο ιστότοπο βασικά χαρακτηριστικά που πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη μας είναι: το πιστοποιητικό SSL, το όνομα της σελίδας, η ύπαρξη φυσικής διεύθυνσης και αριθμού τηλεφώνου, η πολιτική επιστροφής, η ύπαρξη πολύ χαμηλών τιμών είναι αρνητικός παράγοντας, η ύπαρξη δήλωσης προστασίας ιδιωτικού απορρήτου. Επισκεφτείτε επίσης τον ιστότοπο της [Europol](#) όπου μπορείτε να βρείτε στα ελληνικά το αρχείο pdf «[Ευκαιρία ή Εξαπάτηση](#);» (βλ. επίσης σελ.24). Ποια από τα στοιχεία που διαθέτουν οι δύο ιστότοποι εντόπισαν οι μαθητές στα ηλεκτρονικά καταστήματα που επισκέφτηκαν; Χρειάζεται να αναθεωρήσουν όσα είχαν σημειώσει στον πίνακα ή στον εννοιολογικό χάρτη της 2^{ης} δραστηριότητας;

6^ο Εργαστήριο: Λανσάρω το προϊόν μου (Διάρκεια 2 X 45΄)

1^η δραστηριότητα (ομαδικά). Ζητήστε από τους/τις μαθητές/τριες να εργαστούν ομαδικά και να ετοιμάσουν μια ιστοσελίδα ηλεκτρονικού καταστήματος όπου θα διαφημίζουν το προϊόν τους, συμπεριλαμβάνοντας, παράλληλα, όλες τα χαρακτηριστικά που καθιστούν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα ασφαλές. Προτάσεις υλοποίησης της δραστηριότητας: κολλάζ ή/και ζωγραφική, wiki της e-class, [canva](#), [pictochart](#), [postermywall](#).

7^ο Εργαστήριο: Αξιολόγηση (Διάρκεια 3 X 45΄)

Συνεχίστε τη δραστηριότητα του προηγούμενου εργαστηρίου, αν δεν έχει ήδη ολοκληρωθεί.

Μοιράστε στους μαθητές τα φύλλα εργασίας αυτό-αξιολόγησης και ετερο-αξιολόγησης και ζητήστε τους να τα συμπληρώσουν (βλ. σελ. 25-26).

Μην παραλείψετε να συμπληρώσετε για κάθε μαθητή τα έντυπα που θα βρείτε στις σελίδες 27-29.

Εκπαιδευτικό Υλικό/ Συνδέσεις/

Το παρόν εργαστήριο συνδέεται με το γνωστικό αντικείμενο της Γλώσσας και συγκεκριμένα με την ενότητα 4 τα Στ΄ τάξης που αφορά στη διατροφή αλλά και με την 15^η ενότητα της γλώσσας της Ε΄ τάξης που αφορά στην τηλεόραση. Θα μπορούσε επίσης να συνδεθεί με το γνωστικό αντικείμενο της Κοινωνικής και Πολιτικής Αγωγής της Στ΄ τάξης (2^η θεματική ενότητα: Το άτομο και η Πολιτεία, Ενότητα Β΄: Κράτος και Πολίτης, κεφάλαιο 4: Η ενημέρωση του πολίτη) αλλά και με το αντίστοιχο γνωστικό αντικείμενο της Ε΄ τάξης (Ενότητα Β: Έχουμε δικαιώματα και υποχρεώσεις και Ενότητα Δ: Συμμετέχουμε στη λήψη αποφάσεων). Μπορεί, επίσης, να συνδεθεί με το γνωστικό αντικείμενο των ΤΠΕ.

Φορείς και άλλες συνεργασίες που θα εμπλουτίσουν το πρόγραμμά μας

- Ζητήστε από έναν διαφημιστή να σας παρουσιάσει τα «μυστικά» του επαγγέλματός του.

Αξιολόγηση Εργαστηρίου- Συνολική αποτίμηση & αναστοχασμός πάνω στην υλοποίηση - Εκδηλώσεις διάχυσης

Η αξιολόγηση του εργαστηρίου και των μαθητών μπορεί να πραγματοποιηθεί σύμφωνα με τις οδηγίες του 7^{ου} εργαστηρίου.

Όσον αφορά στη διάχυση του εργαστηρίου οι μαθητές θα μπορούσαν να παρουσιάσουν τα προϊόντα που ετοίμασαν στην 6^η δραστηριότητα στους συμμαθητές τους.

Σημειώσεις:

Υποδειγματικό Υλικό – Δειγματικά Φύλλα εργασίας

Εργαστήριο 2: Ξεκλειδώνοντας τη διαφήμιση (β'): Δραστηριότητα 1: Φύλλο εργασίας 1.

Όλα μετράνε...

Ονόματα μελών ομάδας: _____

Ημερομηνία: _____

1. Ποιο προϊόν αφορά η διαφήμιση;

2. Σε ποια ηλικιακή ομάδα απευθύνεται η διαφήμιση; (σημειώστε ένα ν ή Χ)

_____ 8-10 χρονών

_____ 11-13 χρονών

_____ 14-18 χρονών

_____ ενήλικες

3. Σημειώστε τις πληροφορίες της διαφήμισης, οι οποίες σας βοήθησαν να καταλάβετε το ηλικιακό γκρουπ στο οποίο απευθύνεται.

4. Η διαφήμιση αφορά κυρίως αγόρια, κορίτσια ή και τα δύο φύλα;

5. Σημειώστε τις πληροφορίες της διαφήμισης, οι οποίες σας βοήθησαν να καταλάβετε το φύλο / τα φύλα στο οποίο / στα οποία απευθύνεται.

6. Ποια από τα ακόλουθα βασικά χαρακτηριστικά εντοπίζετε στη διαφήμιση; (κυκλώστε όσα ισχύουν)

- Το όνομα το προϊόντος ή το λογότυπό του (logo)
- Την ύπαρξη διάσημου προσώπου
- Την αναφορά σε πρόσωπα εξουσίας / επιρροής π.χ. γιατροί, πολιτικοί, επιστήμονες, εκπαιδευτικοί κλπ.
- Γενίκευση π.χ. όλοι έχουν αυτό το προϊόν
- Τη σύγκριση με άλλα προϊόντα
- Επίκληση στο συναίσθημα π.χ. θα νιώθεις όμορφα, θα είσαι χαρούμενος /η κλπ

7. Ποια από τα παραπάνω χαρακτηριστικά που σημειώσατε σας έπειθαν να αγοράσετε το προϊόν;

8. Ποια από τα παραπάνω χαρακτηριστικά σας προβληματίζουν και μπορεί να σας αποτρέψουν από το να αγοράσετε το προϊόν;

**Εργαστήριο 2: Ξεκλειδώνοντας τη διαφήμιση (β'): Επέκταση Δραστηριότητας:
 Φύλλο εργασίας 2.**

Κρυφές διαφημίσεις...

Όνομα: _____ **Ημερομηνία:** _____

Οδηγία: Στον παρακάτω πίνακα συμπλήρωσε τις κρυφές (έμμεσες διαφημίσεις) που είδες στην τηλεόραση / στο ίντερνετ, σε ένα έντυπο (περιοδικό, εφημερίδα) ή άκουσες στο ραδιόφωνο.

Μέσο	Όνομα προϊόντος
Τηλεόραση	
Ίντερνετ	
Ραδιόφωνο	
Έντυπο	

Εργαστήριο 3: Αγοράζω επειδή....: Δραστηριότητα 1: Φύλλο εργασίας 3

Όνομα: _____ **Ημερομηνία:** _____

Οδηγία: Ποιοι λόγοι σε οδήγησαν στην απόφαση να αγοράσεις τα συγκεκριμένα προϊόντα; Βάλε Χ ή ν στη 2^η στήλη «Επίλεξε» σε όλους τους λόγους που αιτιολογούν τις αγορές σου και αιτιολόγησέ τους π.χ. το είχα ανάγκη επειδή είχαν σκίσει το προηγούμενο μπουφάν μου.

Προϊόν 1:		
Αγόρασα το προϊόν επειδή....	Βάλε Χ ή ν	Αιτιολόγησε
...το είχα ανάγκη		
... το χρειαζόμουν		
... το είχαν οι φίλοι /φίλες μου		
... μου άρεσε πολύ και δημιούργησα μια ανάγκη...		
... χωρίς ιδιαίτερο λόγο. Είχα χρήματα, ήθελα να τα ξοδέψω και το αγόρασα.		

Προϊόν 2:		
Αγόρασα το προϊόν επειδή....	Βάλε Χ ή ν	Αιτιολόγησε
...το είχα ανάγκη		
... το χρειαζόμουν		
... το είχαν οι φίλοι /φίλες μου		
... μου άρεσε πολύ και δημιούργησα μια ανάγκη...		
... χωρίς ιδιαίτερο λόγο. Είχα χρήματα, ήθελα να τα ξοδέψω και το αγόρασα.		

Εργαστήριο 3: Αγοράζω επειδή....: Δραστηριότητα 1: Φύλλο εργασίας 3

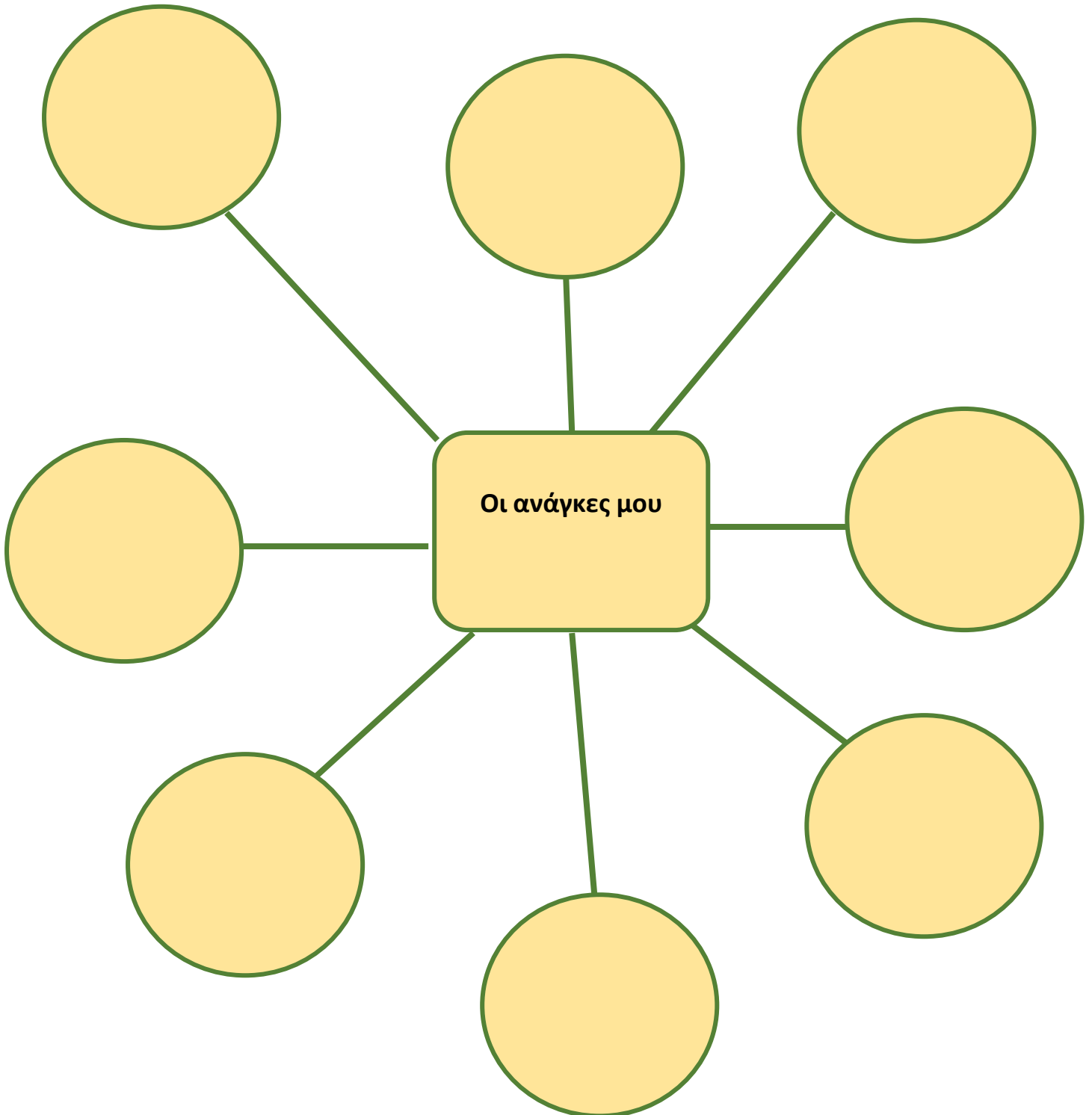
Προϊόν 3:		
Αγόρασα το προϊόν επειδή....	Βάλε X ή ν	Αιτιολόγησε
...το είχα ανάγκη		
... το χρειαζόμουν		
... το είχαν οι φίλοι /φίλες μου		
... μου άρεσε πολύ και δημιούργησα μια ανάγκη...		
... χωρίς ιδιαίτερο λόγο. Είχα χρήματα, ήθελα να τα ξοδέψω και το αγόρασα.		

Προϊόν 4:		
Αγόρασα το προϊόν επειδή....	Βάλε X ή ν	Αιτιολόγησε
...το είχα ανάγκη		
... το χρειαζόμουν		
... το είχαν οι φίλοι /φίλες μου		
... μου άρεσε πολύ και δημιούργησα μια ανάγκη...		
... χωρίς ιδιαίτερο λόγο. Είχα χρήματα, ήθελα να τα ξοδέψω και το αγόρασα.		

Εργαστήριο 3: Αγοράζω επειδή....: Δραστηριότητα 3: Φύλλο εργασίας 4

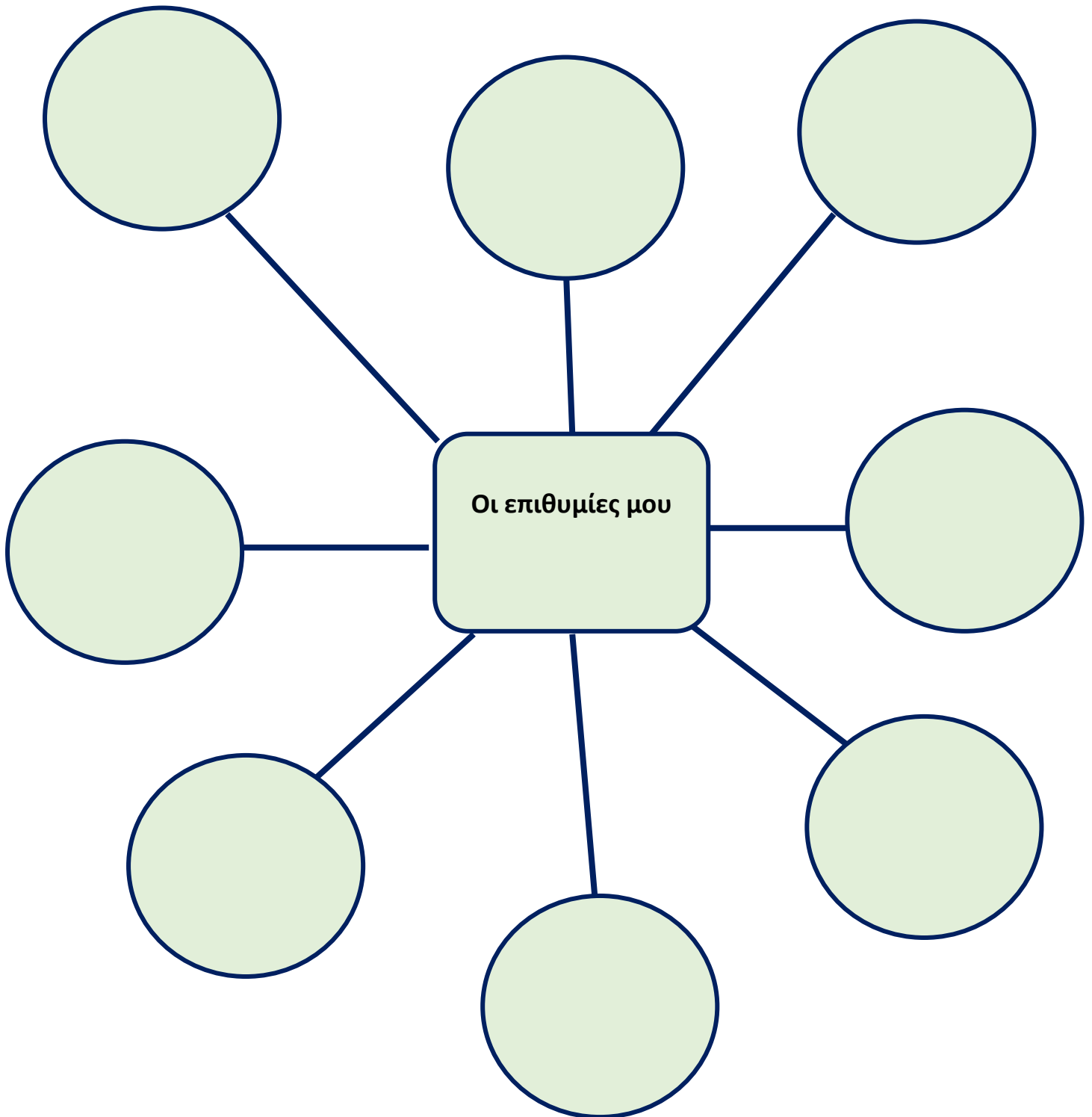
Όνομα: _____ Ημερομηνία: _____

Οδηγία: Ποιες ανάγκες κρίνεις ότι έχεις αυτή την περίοδο; Κατάγραψέ της σε όσα



Εργαστήριο 3: Αγοράζω επειδή...: Δραστηριότητα 3: Φύλλο εργασίας 5

Όνομα: _____ Ημερομηνία: _____



Εργαστήριο 4: Αγοράζω έξυπνα...: Δραστηριότητα 1: Φύλλο εργασίας 6

Ονόματα μελών ομάδας: _____

Ημερομηνία: _____

Αποφασίσατε να αγοράσετε ένα προϊόν π.χ. παπούτσια, ρούχα, παιχνίδι, εξοπλισμό γυμναστικής, ψηφιακή συσκευή (τάμπλετ, κινητό, λάπτοπ) ή ό,τι άλλο θες. Αναζητήστε το προϊόν σε 3 διαφορετικά ηλεκτρονικά καταστήματα και συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα. Από ποιο κατάστημα θα αγοράσετε τελικά το προϊόν;

Προϊόν (σημειώστε είδος και εταιρεία) : _____

	Κατάστημα 1	Κατάστημα 2	Κατάστημα 3
Όνομα καταστήματος			
Εταιρεία προϊόντος			
Τιμή			
Χρηματικό ποσό που διαθέτετε από το χαρτζιλίκι σας			
Εγγύηση			
Πολιτική επιστροφών καταστήματος			
Πολιτική επιστροφής χρημάτων καταστήματος			
Άλλο στοιχείο που θεωρείτε σημαντικό			
Σημειώστε κάποια από τα βασικά χαρακτηριστικά του προϊόντος (θα τα χρησιμοποιήσετε για να το παρουσιάσετε σύντομα στους συμμαθητές σας).			

Εργαστήριο 5: Αγοράζω στο διαδίκτυο με προσοχή: Δραστηριότητα 2: Υποδειγματικό Υλικό

ΕΥΚΑΙΡΙΑ = ΕΞΑΠΑΤΗΣΗ;

Οι χρυσοί κανόνες των διαδικτυακών αγορών

ΑΓΟΡΑΣΕ ΑΠΟ ΑΞΙΟΠΙΣΤΕΣ ΠΗΓΕΣ

Χρησιμοποίησε μάρκες και καταστήματα τα οποία γνωρίζεις.

ΕΛΕΓΞΕ ΚΡΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΕΙΣ

Ειδικά αγνώστων καταστημάτων και μεμονωμένων πωλητών.

ΕΛΕΓΞΕ ΤΙΣ ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΕΣ ΧΡΕΩΣΕΙΣ

Πριν δώσεις τα στοιχεία της κάρτας σου για πληρωμή συνδρομητικής υπηρεσίας, μέσω διαδικτύου, μάθε πώς μπορείς να διακόψεις την υπηρεσία αυτή.

ΒΕΒΑΙΩΣΟΥ ΟΤΙ Η ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΙΝΑΙ ΑΣΦΑΛΗΣ

Χρησιμοποίησε τα πρωτόκολλα HTTPS και SSL όταν περιηγηθείς στο διαδίκτυο. Θυμήσου: μόνο το σύμβολο του λουκέτου δεν κάνει έναν ιστότοπο ασφαλή.

ΣΚΕΨΟΥ ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΠΡΙΝ ΠΛΗΡΩΣΕΙΣ

Βεβαιώσου ότι κατανοείς τους κινδύνους των διαδικτυακών αγορών.

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕ ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ ΟΤΑΝ ΑΓΟΡΑΣΕΙΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ

Οι περισσότερες πιστωτικές κάρτες έχουν ισχυρή πολιτική προστασίας πελατών. Εάν δεν λάβεις αυτό που παρήγγειλες, ο εκδότης της κάρτας ενδέχεται να σε αποζημιώσει.

ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΕ ΟΛΑ ΤΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΣΟΥ ΑΓΟΡΕΣ ΕΓΓΡΑΦΑ

Ενδέχεται να χρειαστούν για να αποδείξουν τους όρους και τις προϋποθέσεις της πώλησης ή για να αποδείξουν ότι έχεις πληρώσει για τα αγαθά.

ΔΕΝ ΘΑ ΑΓΟΡΑΣΕΙΣ; ΜΗΝ ΑΦΗΣΕΙΣ ΤΗΝ ΚΑΡΤΑ ΣΟΥ ΠΙΣΩ

Εάν δεν αγοράσεις κάτι, μην υποβάλεις ή σώσεις τα στοιχεία της κάρτας σου.

ΜΗ ΣΤΕΛΝΕΙΣ ΧΡΗΜΑΤΑ ΣΕ ΚΑΠΟΙΟΝ ΠΟΥ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΕΙΣ

Δεν θα έδινες χρήματα σε ένα τυχαίο άτομο στο δρόμο, μην το κάνεις και στο διαδίκτυο. Εάν είναι δυνατόν, άσκησε το δικαίωμα της πρότερης παραλαβής των προϊόντων.

ΜΗ ΣΤΕΛΝΕΙΣ ΠΟΤΕ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΣΟΥ ΜΕΣΩ E-MAIL

Ποτέ μη στέλνεις αντίγραφο της κάρτας σου, τον αριθμό, το PIN ή οποιοδήποτε άλλο στοιχείο της μέσω e-mail.

ΕΛΕΓΞΕ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ




Πραγματοποίησε τις διαδικτυακές αγορές σου μόνο σε ιστοσελίδες που χρησιμοποιούν πλήρη αυθεντικοποίηση (όπως Verified by Visa /MasterCard Secure Code).

Ενδεικτικές δραστηριότητες για την περιγραφική αξιολόγηση

Αυτό – αξιολόγηση

Όνομα _____ Ημερομηνία: _____





Συμπληρώνεται από τον κάθε μαθητή για τον εαυτό του.

			
Θέμα εργαστηρίου	3 (πάρα πολύ)	2 (αρκετά)	1 (πολύ)
Κατάλαβα ότι υπάρχουν πολλοί και διαφορετικοί τρόποι / λέξεις -κλειδιά που χρησιμοποιούνται από τις διαφημίσεις για να επηρεάσουν το καταναλωτικό κοινό και μπορώ να αναφέρω κάποιους από αυτούς.			
Έχω καταλάβει ότι κάποια πράγματα τα έχουμε ανάγκη για να επιβιώσουμε, ενώ άλλα τα επιθυμούμε και μπορώ να τα ξεχωρίζω.			
Έχω καταλάβει ότι είναι σημαντικό να αναζητώ το ίδιο προϊόν σε διαφορετικά ηλεκτρονικά καταστήματα και μπορώ να συγκρίνω τις παροχές του κάθε καταστήματος και να αποφασίσω για ποιους λόγους πρέπει να αγοράσω το προϊόν από ένα συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα και όχι από ένα άλλο.			
Έχω κατανοήσει ότι οι διαδικτυακές αγορές μπορεί να κρύβουν απάτες και είμαι σε θέση να τις εντοπίσω.			
Σύνολο βαθμών που συγκέντρωσα:			

Ετερο- αξιολόγηση

Όνομα: _____ Ημερομηνία: _____

Συμπληρώνεται από τον μαθητή / τη μαθήτρια για κάθε συμμαθητή/ συμμαθήτρια της ομάδας του.


				
Βαθμολογία	4	3	2	1
Συμμετοχή στην ομάδα	Το μέλος της ομάδας μου ήταν διαρκώς συγκεντρωμένο στις δραστηριότητες που έπρεπε να κάνουμε	Το μέλος της ομάδας μου ήταν κάποιες φορές συγκεντρωμένο στις δραστηριότητες που έπρεπε να κάνουμε	Το μέλος της ομάδας μου ήταν λίγες φορές συγκεντρωμένο στις δραστηριότητες που έπρεπε να κάνουμε	Το μέλος της ομάδας μου δεν ήταν ποτέ συγκεντρωμένο στις δραστηριότητες που έπρεπε να κάνουμε και προκαλούσε προβλήματα
Συνεργασία στην ομάδα	Το μέλος της ομάδας μου βοήθησε πάντα στις εργασίες και πάντα σεβόταν τα υπόλοιπα μέλη.	Το μέλος της ομάδας μου βοήθησε κάποιες φορές στις εργασίες και σεβόταν συχνά τα υπόλοιπα μέλη.	Το μέλος της ομάδας μου βοήθησε λίγες φορές στις εργασίες και σεβόταν σπάνια τα υπόλοιπα μέλη.	Το μέλος της ομάδας μου δε βοηθούσε καθόλου στις εργασίες και δε σεβόταν ποτέ τα υπόλοιπα μέλη.
Όνομα μέλους το οποίο αξιολογώ: _____				
Σύνολο πόντων που συγκέντρωσε: _____				

Κλείδα παρατήρησης

Συμπληρώνεται από τον / την εκπαιδευτικό για τον μαθητή / τη μαθήτριά:

Εργαστήριο	Σκοπός	Επίτευξη (v)
Εργαστήριο 1 και 2:	Αναγνωρίζει ότι οι διαφημίσεις χρησιμοποιούν συγκεκριμένες τεχνικές / λέξεις – κλειδιά για να προσελκύσουν το καταναλωτικό κοινό και μπορεί να αναφέρει μερικούς από αυτούς	
Εργαστήριο 3:	Έχω καταλάβει ότι κάποια πράγματα τα έχουμε ανάγκη για να επιβιώσουμε, ενώ άλλα τα επιθυμούμε και μπορώ να τα ξεχωρίζω.	
Εργαστήριο 4:	Αναγνωρίζει τη σημασία της σύγκρισης των ηλεκτρονικών καταστημάτων για την αγορά ενός προϊόντος, μπορεί να εντοπίσει τα θετικά και αρνητικά χαρακτηριστικά κάθε ιστότοπου και να αποφασίσει από ποιο ηλεκτρονικό κατάστημα θα κάνει την αγορά του προϊόντος που τον /την ενδιαφέρει.	
Εργαστήριο 5:	Έχει κατανοήσει ότι οι διαδικτυακές αγορές μπορεί να κρύβουν απάτες και είναι σε θέση να τις εντοπίσω.	
Εργαστήριο 6:	Μπορεί να εφαρμόσει όλα όσα έμαθε σε αυτό το εργαστήριο στη δημιουργία μιας εικονικής ιστοσελίδας στην οποία θα λανσάρει το προϊόν του /της, εφαρμόζοντας, παράλληλα, τις πολιτικές του ασφαλούς ηλεκτρονικού εμπορίου.	

Portfolio μαθητή / μαθήτριας

	ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	
	<i>Portfolio</i>	
	<i>Μαθητή Μαθήτριας</i>	
Γράφω το όνομά μου		
Όνομα		
Επώνυμο		
Ζωγραφίζω τον εαυτό μου ή βάζω μια φωτογραφία μου		
Γράφω μια λέξη ή μια φράση που να με εκφράζει (motto)		
Τάξη/Τμήμα		
Ημερομηνία Έναρξης		
Ημερομηνία Λήξης		



Στοιχεία Σχεδίου Δράσης	Δημιουργώ και Καινοτομώ - Δημιουργική Σκέψη και Πρωτοβουλία : Χτίσε νέες ιδέες, δώσε νέες λύσεις
Τίτλος Σχεδίου Δράσης του τμήματος/τάξης μου	
Ο σημαντικότερος για μένα στόχος του Σχεδίου Δράσης της τάξης	
Τι καινούργιο έμαθα από την υλοποίηση αυτού του θεματικού κύκλου; (γνώσεις)	
Πώς τα κατάφερα (δεξιότητες)	
Ποια δεξιότητα ζωής με βοήθησε να τα καταφέρω;	
Ποια δεξιότητα μάθησης με βοήθησε να τα καταφέρω;	
Ποια δεξιότητα του νου με βοήθησε να τα καταφέρω;	
Ποια δεξιότητα τεχνολογίας, μηχανικής ή/και επιστήμης με βοήθησε να τα καταφέρω;	
Γιατί είναι σημαντικό αυτό που έκανα (στάσεις)	
Τι θα άλλαζα στην υλοποίηση του Σχεδίου Δράσης ώστε να γίνει ακόμα καλύτερο;	
Από τα έργα μου θα επέλεγα να παρουσιάσω στην τάξη μου ...	

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Ο οικονομικός γραμματισμός αποτελεί την 7^η βασική ικανότητα σύμφωνα με τη Σύσταση του Συμβουλίου της Ευρώπης (2018).

- 1) Σωστό
- 2) Λάθος

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Βασικός στόχος του οικονομικού γραμματισμού είναι η γνωριμία με τα χρήματα (κέρματα και χαρτονομίσματα).

- 1) Σωστό
- 2) Λάθος

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Ποιο από τα παρακάτω θεωρείται ως προαπαιτούμενη γνώση των μαθητών/τριών και ΔΕΝ αποτελεί σκοπό του εργαστηριακού προγράμματος.

- 1) Έννοιες των ρημάτων «έχω ανάγκη» - «επιθυμώ»
- 2) Γνωριμία με τα χρήματα
- 3) Αγοράζω ένα προϊόν λαμβάνοντας υπόψη μου ποικίλους παράγοντες
- 4) Εντοπίζω τις απάτες στις διαδικτυακές αγορές

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Σε αυτό το εργαστηριακό πρόγραμμα οι μαθητές/τριες εργάζονται(επιλέγω όποιο ταιριάζει).

- 1) Ατομικά
- 2) Ομαδικά
- 3) Στην ολομέλεια της τάξης
- 4) Όλα τα παραπάνω

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Βασικοί στόχοι των 2 πρώτων εργαστηρίων του προγράμματος είναι οι μαθητές/τριες να... (επιλέγω όποια ταιριάζουν).

- 1) Διατυπώσουν υποθέσεις ως προς τα χαρακτηριστικά των διαφημίσεων
- 2) Αναλύσουν τους λόγους επιλογής αγοράς ενός προϊόντος από συγκεκριμένο διαδικτυακό κατάστημα
- 3) Δημιουργήσουν πρωτότυπη διαφήμιση
- 4) Διαμορφώσουν άποψη ως προς τα βασικά στοιχεία της διαφήμισης που μπορεί να επηρεάσουν τον καταναλωτή

ΕΡΩΤΗΣΗ 6

Η δημιουργία εννοιολογικού χάρτη υπάρχει ως δραστηριότητα σε όλα τα εργαστήρια του προγράμματος.

- 1) Σωστό
- 2) Λάθος

ΕΡΩΤΗΣΗ 7

Συνολικά στο σύνολο αυτού του προγράμματος ο/η εκπαιδευτικός έχει στη διάθεσή του/της υποδειγματικό υλικό και φύλλα εργασίας μαθητών

- 1) Σωστό
- 2) Λάθος

ΕΡΩΤΗΣΗ 8

Σύμφωνα με τις ιστοσελίδες του Cyber Security International Institution και της Europol ποια από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά πρέπει να λάβουμε υπόψη μας για να βεβαιωθούμε ότι μια ιστοσελίδα είναι ασφαλής; (επιλέγω όσα ταιριάζουν)

- 1) Ονομασία της ιστοσελίδας
- 2) Η ασφαλής ιστοσελίδα ξεκινά με http και χρησιμοποιεί πιστοποιητικό SSL
- 3) Η ασφαλής ιστοσελίδα αναφέρει την πολιτική επιστροφών
- 4) Η ασφαλής ιστοσελίδα μπορεί να σας ζητήσει να στείλετε τα στοιχεία της κάρτας σας μέσω e-mail
- 5) Η ασφαλής ιστοσελίδα χρησιμοποιεί πλήρη αυθεντικοποίηση (όπως Verified by Visa / Master Card Secure Code).

ΕΡΩΤΗΣΗ 9

Το τελικό «προϊόν» του εργαστηριακού προγράμματος είναι... (επιλέγω όποιο ταιριάζει)

- 1) Η δημιουργία μιας πρωτότυπης διαφήμισης
- 2) Η δημιουργία ενός πρωτότυπου προϊόντος
- 3) Ο/η εκπαιδευτικός και οι μαθητές/τριες μπορούν να επιλέξουν ανάλογα με το χρόνο που διαθέτουν και τις επιθυμίες τους αν θα υλοποιήσουν την επιλογή 1 ή την επιλογή 2 ή αν θα συνδυάσουν τις 2 επιλογές σε μια δραστηριότητα
- 4) Κανένα από τα παραπάνω

ΕΡΩΤΗΣΗ 10

Ένας από τους σκοπούς του εργαστηριακού προγράμματος είναι οι μαθητές/τριες να αναζητήσουν ένα προϊόν σε διαφορετικά ηλεκτρονικά καταστήματα προκειμένου να καταλήξουν στην πιο συμφέρουσα, από διάφορες απόψεις και όχι μόνο από οικονομικής πλευράς, αγορά. Σε ποιο από τα 7 εργαστήρια του προγράμματος περιλαμβάνονται οι σχετικές δραστηριότητες; (επιλέγω όποιο ταιριάζει)

- 1) 1^ο και 2^ο εργαστήριο
- 2) 3^ο εργαστήριο
- 3) 4^ο εργαστήριο
- 4) 5^ο εργαστήριο
- 5) 6^ο εργαστήριο
- 6) 7^ο εργαστήριο