# A picture containing icon  Description automatically generated

**Formação em Literacia Financeira para Pais**

 **Plano de Sessão**

**Módulo 6 - Tornar-se um Crítico Consumidor**

**INTRODUÇÃO**

As sessões de formação "Money Matters" contêm uma série de oito workshops de meio-dia para pais e encarregados de educação.

Os workshops 1 – 6 ajudarão pais e encarregados de educação no desenvolvimento da sua capacidade de literacia financeira através de uma série de atividades dedicadas e materiais de aprendizagem. Os workshops 7 e 8 apoiarão os pais e encarregados de educação no seu papel de Formadores de aprendizagem familiar dentro das suas redes familiares imediatas, fornecendo-lhes as ferramentas e competências para partilhar os recursos do Money Matters com as suas redes.

**Conteúdo do módulo**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Vocabulário Financeiro |
| 2 | Gestão Financeira Familiar |
| 3 | Recursos e Ferramentas Financeiras Online |
| 4 | Gerir emoções associadas ao dinheiro |
| 5 | Gestão de dinheiro durante períodos de vida críticos |
| 6 | Torne-se um consumidor crítico. |
| 7 | Aprendizagem Familiar |
| 8 | Questões de dinheiro do kit de ferramentas digitais |

Bem-vindo ao Workshop 6 – Tornar-se um Consumidor Crítico.

Resultados da aprendizagem: Após a conclusão deste workshop, pais e encarregados de educação poderão:

* Identificar algumas das características dos consumidores críticos.
* Reconhecer como a publicidade funciona para incentivar os gastos por persuasão
* Compreender o papel da economia circular

|  |
| --- |
| Título do módulo: Tornar-se um consumidor crítico  |
| **Tempo** | **Atividades de Aprendizagem** | **Métodos de formação**  | **Materiais / Equipamentos Necessários**  | **Folhetos e folhas de atividade**  |
| 5 minutos  | **Bem-vindos**Resultados da Aprendizagem (LO)Plano para a sessãoIntroduza o plano visual dando uma breve visão geral e quaisquer tarefas de limpeza/avisos. | Orientação  | PP2 -LOPlano PP3-Visual  | Folha de presenças |
| 10 minutos  | **Atividade M6.1 Aquecedor: Que tipo de consumidor é?** Mostre o P4 com 6 tipos de consumidores e peça aos participantes que digam ao colega o que pensam que são e expliquem porquê.Recolher respostas de quem quer partilhar. Pergunte o que é um consumidor crítico? Provocar uma compreensão do que é um consumidor crítico dos participantes.  | Colaboração e Prática  | PP4- que tipo de consumidor?PP5- consumidor crítico |  |
| 20minutos  | **Atividade M6.2 Publicidade:** O objetivo desta atividade é fazer com que os participantes considerem onde vêem a publicidade e como os influencia. Peça aos participantes, em pares ou pequenos grupos, para:1. identificar exemplos de publicidade que viram a caminho da sessão. Por que se lembra?2. Agora pense num anúncio que os chateie. (Quaisquer ideias são válidas) Porquê?Os participantes examinarão então as três principais influências (PP7) da publicidade e discutirão como estas podem ser vistas nos anúncios fornecidos pelo grupo.  | Colaboração & Prática  | PP6 – Anúncios – por que se lembra deles? PP7- informação sobre consumo crítico: Informar, persuadir e lembrar |  |
| 15 minutos  | **O Modelo de Probabilidade de Elaboração** Os participantes examinarão as técnicas comuns utilizadas por profissionais da publicidade para incentivar os gastos. Os participantes devem envolver-se numa discussão sobre "como estes dois métodos podem fazê-lo pensar criticamente quando consome".  | Treino e Mentoria | PP8- descreve o modelo  |  |
| 30 minutos  | **Atividade M6.3 Anúncios que apelam a crianças ou adolescentes:** Os participantes que trabalham em pares, identificam anúncios que se identificam diretamente com crianças e adolescentes.  Podem pensar num anúncio ou percorrer a internet para encontrar anúncios que apelem às crianças.Os participantes apresentam as suas descobertas ao grupo. Faça perguntas aos participantes, por exemplo, por que acham que estes anúncios apelam às crianças? O que os atrai? Como podem ser contrariados? | Estudos de Caso escolhidos pelos participantes | PP9  | Smartphone ou computador com acesso à internet.  |
| 10 minutos  | **Pausa: PP 10** |
| 20 minutes | **Atividade M6.4 Banda Desenhada do Money Matters - Anúncios**Os participantes lêem a banda desenhada número 6. Quais são os pontos-chave abordados na Banda Desenhada? Os pontos incluem: inflação, descontos, pressão entre pares, influenciadores, Promoções - 2 para 1, Bilhetes de Loteria, consumismo, outras técnicas de publicidadeComo podem usar a banda desenhada com os filhos? |  | PP 11PP 12 lista pontos-chave | Dinheiro Importa Banda Desenhada Nº 6 - Anúncios |
| 20 minutos  | **Como é que a publicidade usa a psicologia? Por exemplo, em cores.** Como é que as empresas usam cores na publicidade? (PP13) Respostas sugeridas em PP14-16.Os participantes examinam e discutem as diferentes cores que apelam aos géneros e reconhecem a lógica por trás do porquê as empresas escolherem uma cor para a sua marca.  |  | PP 13- 16 |  |
| 15 minutos  | **Atividade M 6.5 Dinheiro Importa Recursos - Escape the Money Jungle** Todos estes encorajam-nos a gastar dinheiro* Publicidade
* Pressão dos pares
* Influenciadores

Links para a Selva do Dinheiro (PP18)<https://forms.gle/5D1Ra9SJnTave9Jw9> Se possível, estabeleça o link para ir direto para o **3º Desafio** que lida com a pressão de pares que conduz à dívida.***1: Introdutório:******Contexto - Selva do Dinheiro*** 1. *Identificar esquemas.*
2. *Empréstimos e taxas de juro.*
3. *Pressão dos pares – precisa e quer.*

Peça aos participantes que respondam às perguntas do desafio. |  | Ligação PP 17 PP18- link  |  Os participantes podem usar smartphones e computadores |
| 10 minutos  | **M6.6 Dinheiro Importa; Intercâmbio interplanetário** Introduzir estratégias para nos ajudar a tornarmo-nos consumidores críticos, pensando na economia circular.Clique no link para a Sala de Fuga Lidar com Instituições Financeiras. **Intercâmbio Interplanetário** Intermédio<https://forms.gle/yJSDPoRWywCpz6Hm7>E tente ir direto para o 4º Desafio com perguntas sobre a Economia Circular.**Contexto: Intercâmbio Interplanetário**1. Mantendo-se seguro online.
2. Pesquisar diferentes crises económicas mundiais.
3. Conseguir um empréstimo.

Comparação dos empréstimos contraídos por instituições financeiras1. Economia Circular – explorar o conceito.
2. Poupança e como funciona o interesse composto.

Se possível, faça com que os participantes respondam às perguntas do desafio. |  | PP19- link para a Sala de Fuga  | Os participantes podem usar smartphones e computadores |
| 10 minutos | **Atividade M6.7 Políticas e estratégias úteis para nos ajudar a tornar-nos consumidores críticos - A Economia Circular**Os participantes considerarão então políticas como a Diretiva De Plásticos de Uso Único (PUU) e os princípios da Economia Circular.Sugerir algumas ideias e perguntar aos participantes se eles sabem de outras.  |  | PP 20 - Economia CircularPP 21 - Diretiva e ideias do SUP |  |
| 10 minutos  | **Encerramento de Workshops** Para encerrar o workshop, agradeça ao grupo por estar presente. Para mais recursos visite o site Money Matters. | Alimentador | PP22 |  |
|  | **Dicas de topo:** Os participantes receberão os nomes de influenciadores comuns das redes sociais que possam estar interessados em apoiar a sua aquisição de novos conhecimentos financeiros.  | Conhecimentos especializados | PP 2 3-26 |  |
| Avaliação (Como vai descobrir o que os pais e encarregados de educação aprenderam? ) |
| Exemplos de avaliação  | * Demonstração de conhecimento:
	+ O formador irá obter conhecimentos prévios dos participantes e fazer-lhes uma série de perguntas para testar os seus conhecimentos.
* Colaboração & Prática:
	+ Os participantes serão avaliados sobre a sua vontade de colaborar e praticar o conteúdo de aprendizagem.
	+ Para ajudar na aprendizagem, os formadores colocarão questões guiadas e estruturadas aos participantes.
* Construção de Consenso
	+ Através de debates e atividades em grupo e de um debate, os participantes serão avaliados sobre a sua disponibilidade para chegar a decisões coletivas em grupo.
 |
| Duração  | 180 Minutos  |

## Recursos adicionais de aprendizagem:

* A Ascensão do Consumidor Consciente: <https://www.youtube.com/watch?v=1EbezlnBq74>
* Explicar a Economia Circular e como a Sociedade pode re-pensar o progresso | Ensaio de vídeo [animado https://www.youtube.com/watch?v=zCRKvDyyHmI](https://www.youtube.com/watch?v=zCRKvDyyHmI)

* Psicologia da Cor: <https://www.colorpsychology.org/>