

Εκπαίδευση Γονέων στον Οικονομικό Αλφαριθμητισμό

Σχέδιο Συνεδρίας

Ενότητα 6– Γίνε ενσυνείδητος/η καταναλωτής/τρια



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι εκπαιδευτικές συνεδρίες "Money Matters" περιλαμβάνουν μια σειρά από οκτώ εργαστήρια διάρκειας μισής ημέρας για γονείς και κηδεμόνες.

Τα εργαστήρια 1 - 6 θα βοηθήσουν τους γονείς και τους κηδεμόνες να αναπτύξουν την ικανότητά τους στον οικονομικό αλφαριθμητισμό μέσω μιας σειράς ειδικών δραστηριοτήτων και μαθησιακών υλικών. Τα εργαστήρια 7 και 8 θα υποστηρίξουν τους γονείς και τους κηδεμόνες στο ρόλο τους ως εκπαιδευτές/-τριες της οικογενειακής μάθησης μέσα στα άμεσα οικογενειακά τους δίκτυα, παρέχοντάς τους τις δεξιότητες και τις ικανότητες να μοιραστούν τους πόρους του Money Matters με τα δίκτυά τους.

Περιεχόμενα Ενότητας

1 Οικονομικό Λεξιλόγιο

2 Οικογενειακή Οικονομική Διαχείριση

Οικονομικοί Διαδικτυακοί Πόροι και

3 Εργαλεία

Διαχείριση συναισθημάτων που σχετίζονται

4 με τα χρήματα

Διαχείριση των χρημάτων κατά τη διάρκεια

5 κρίσιμων περιόδων της ζωής

6 Γίνε ενσυνείδητος/η καταναλωτής/τρια.

7 Οικογενειακή Μάθηση

8 Ψηφιακή Εργαλειοθήκη Money Matters

Καλώς ήρθατε στο Εργαστήριο 6– Γίνε ενσυνείδητος/η καταναλωτής/τρια.

Μαθησιακά Αποτελέσματα: Μετά την ολοκλήρωση αυτού του εργαστηρίου, οι γονείς και οι φροντιστές/-τριες θα είναι σε θέση να:

- προσδιορίζουν ορισμένα από τα χαρακτηριστικά των ενσυνείδητων καταναλωτών/-τριών.
- αναγνωρίζουν πώς η διαφήμιση λειτουργεί για να ενθαρρύνει τις δαπάνες μέσω της πειθούς
- κατανοούν το ρόλο της κυκλικής οικονομίας

Τίτλος Ενότητας: Γίνε ενσυνείδητος/η καταναλωτής/τρια				
Χρονοδιάγραμμα	Δραστηριότητες Εκμάθησης	Μέθοδοι κατάρτισης	Υλικά/Απαιτούμενοι Πόροι	Έντυπα και Φύλλα Δραστηριοτήτων
5 λεπτά	Καλωσόρισμα Μαθησιακά Αποτελέσματα (ΜΑ) Σχέδιο για τη συνεδρία Παρουσιάστε το σχεδιάγραμμα, δίνοντας μια σύντομη επισκόπηση και τυχόν εργασίες για το σπίτι/επισημάνσεις.	Προσανατολισμός	PP2- ΜΑ PP3 – Σχεδιάγραμμα	Φύλλο εγγραφής για το εργαστήριο
10 λεπτά	Δραστηριότητα Μ6.1. Προθέρμανση: Τι είδους καταναλωτής/-τρια είστε; Δείξτε το PP4 με 6 τύπους καταναλωτών και ζητήστε από τους/τις συμμετέχοντες/-χουσες να πουν στον γείτονά τους ποιος νομίζουν ότι είναι και να εξηγήσουν γιατί. Συλλέξτε απαντήσεις από όσους θέλουν να τις μοιραστούν. Ρωτήστε τι είναι ο ενσυνείδητος/η καταναλωτής/τρια; Εκμαιεύστε από τους/τις συμμετέχοντες/-χουσες την κατανόηση του ενσυνείδητου καταναλωτή.	Συνεργασία και Εξάσκηση	PP4- ποιος είναι ο τύπος του καταναλωτή ; PP5- ενσυνείδητος καταναλωτής	
20 λεπτά	Δραστηριότητα Μ6.2. Διαφημίσεις: Στόχος αυτής της δραστηριότητας είναι να προβληματιστούν οι συμμετέχοντες σχετικά με το πού βλέπουν διαφημίσεις και πώς τους επηρεάζουν. Ζητήστε από τους/τις συμμετέχοντες/-χουσες, σε ζευγάρια ή μικρές ομάδες, να: 1. εντοπίσουν παραδείγματα διαφήμισης που είδαν καθ' οδόν προς τη συνεδρία. Γιατί τα θυμάστε; 2. Σκεφτείτε τώρα μια διαφήμιση που σας ενοχλεί. (Οποιαδήποτε ιδέα είναι έγκυρη) Γιατί; Οι συμμετέχοντες/-χουσες θα εξετάσουν στη συνέχεια τις τρεις βασικές επιρροές (PP7) της διαφήμισης και θα	Συνεργασία & Εξάσκηση	PP6 - Διαφημίσεις - γιατί τις θυμάστε; PP7- πληροφορίες για την ενσυνείδητη κατανάλωση : Ενημέρωση, πειθώ και υπενθύμιση	

	συζητήσουν πώς αυτές μπορούν να φανούν στις διαφημίσεις που δόθηκαν από την ομάδα.			
15 λεπτά	<p>Το Υπόδειγμα Επεξεργασίας Πιθανότητας (ELM)</p> <p>Οι συμμετέχοντες/-χουσες θα εξετάσουν τις συνήθειες τεχνικές που χρησιμοποιούν οι επαγγελματίες της διαφήμισης για να ενθαρρύνουν τις δαπάνες.</p> <p>Οι συμμετέχοντες/-χουσες θα πρέπει να συμμετάσχουν σε μια συζήτηση γύρω από το "πώς αυτές οι δύο μέθοδοι μπορούν να σας κάνουν να σκέφτεστε κριτικά όταν καταναλώνετε".</p>	Συμβουλές και Καθοδήγηση	PP8- περιγράφει το μοντέλο	
30 λεπτά	<p>Δραστηριότητα M6.3 Διαφημίσεις που απευθύνονται σε παιδιά ή εφήβους:</p> <p>Οι συμμετέχοντες/-χουσες δουλεύοντας σε ζεύγη ομάδων, εντοπίζουν διαφημίσεις που απευθύνονται άμεσα σε παιδιά και εφήβους.</p> <p>Μπορούν να σκεφτούν μια διαφήμιση ή να περιηγηθούν στο διαδίκτυο για να βρουν διαφημίσεις που απευθύνονται σε παιδιά.</p> <p>Οι συμμετέχοντες/-χουσες παρουσιάζουν τα ευρήματά τους στην ομάδα.</p> <p>Κάντε στους/στις συμμετέχοντες/-χουσες ερωτήσεις, όπως γιατί πιστεύουν ότι αυτές οι διαφημίσεις απευθύνονται στα παιδιά; -Τι τα προσελκύει; Πώς θα μπορούσαν να αντιμετωπιστούν;</p>	Περιπτώσεις ιολογικές μελέτες που επιλέγονται από τους/τις συμμετέχοντες/-χουσες	PP9	Smartphone ή υπολογιστής με πρόσβαση στο διαδίκτυο.
10 λεπτά	Διάλειμμα: PP 10			
20 λεπτά	<p>Δραστηριότητα M6.4 Money Matters Κόμικ - Διαφημίσεις</p> <p>Οι συμμετέχοντες/-χουσες διαβάζουν το κόμικ με τον αριθμό 6.</p> <p>Ποια είναι τα βασικά σημεία που θίγονται από τα κόμικς;</p> <p>Τα σημεία περιλαμβάνουν: πληθωρισμός, εκπτώσεις, πίεση από συνομηλίκους, influencers, ευκαιρίες - 2 για 1, λαχεία, καταναλωτισμός, άλλες τεχνικές διαφήμισης</p> <p>Πώς θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν το κόμικς με τα παιδιά τους;</p>		PP 11 PP 12 παραθέτει τα βασικά σημεία	Money Matters Κόμικ νο. 6- Διαφημίσεις

<p>20 λεπτά</p>	<p>Πώς χρησιμοποιεί η διαφήμιση την ψυχολογία; Για παράδειγμα, στα χρώματα.</p> <p>Πώς χρησιμοποιούν οι εταιρείες τα χρώματα στη διαφήμιση; (PP13) Προτεινόμενες απαντήσεις στα PP14-16.</p> <p>Οι συμμετέχοντες/-χουσες εξετάζουν και συζητούν τα διαφορετικά χρώματα που απευθύνονται στα δύο φύλα και αναγνωρίζουν τη λογική πίσω από το γιατί οι εταιρείες επιλέγουν ένα χρώμα για την επωνυμία τους.</p>		<p>PP 13 - 16</p>	
<p>15 λεπτά</p>	<p>Δραστηριότητα M 6.5 Πόροι Money Matters - Απόδραση από τη ζούγκλα των χρημάτων Όλα αυτά μας ενθαρρύνουν να ξοδεύουμε χρήματα</p> <ul style="list-style-type: none"> • Διαφημίσεις • Πίεση από συνομηλίκους • Influencers <p>Σύνδεσμοι για τη ζούγκλα των χρημάτων (PP18) https://forms.gle/7Ht4divX2EenTbVv7</p> <p>Εάν είναι δυνατόν, ρυθμίστε τον σύνδεσμο ώστε να πηγαίνει κατευθείαν στην 3η πρόκληση που αφορά την πίεση των συνομηλίκων που οδηγεί σε χρέη.</p> <p>1: Εισαγωγικά: Πλαίσιο – Ζούγκλα του χρήματος</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Αναγνώριση απάτης. 2. Δάνεια και επιτόκια. 3. Πίεση των συνομηλίκων - ανάγκες και επιθυμίες. <p>Ζητήστε από τους/τις συμμετέχοντες/-χουσες να απαντήσουν στις ερωτήσεις-πρόκληση.</p>		<p>Σύνδεσμος PP 17</p> <p>PP18- σύνδεσμος</p>	<p>Οι συμμετέχοντες θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν smartphones και υπολογιστές</p>
<p>10 λεπτά</p>	<p>M6.6 Money Matters- διαπλανητική ανταλλαγή</p> <p>Εισαγωγή στρατηγικών που θα μας βοηθήσουν να γίνουμε ενσυνείδητοι καταναλωτές, σκεπτόμενοι την κυκλική οικονομία.</p> <p>Κάντε κλικ στον σύνδεσμο για το δωμάτιο απόδρασης Αντιμέτωπιση χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Ενδιάμεση διαπλανητική ανταλλαγή</p> <p>https://forms.gle/1qNm9eD2mvmprbag46</p> <p>Και προσπαθήστε να πάτε κατευθείαν στην 4η πρόκληση με ερωτήσεις σχετικά με την Κυκλική Οικονομία.</p> <p>Πλαίσιο: Διαπλανητική ανταλλαγή</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Διασφάλιση της ασφάλειας στο διαδίκτυο. 		<p>PP19- σύνδεσμος για το δωμάτιο απόδρασης</p>	<p>Οι συμμετέχοντες θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν smartphones και υπολογιστές</p>

	<p>2. Έρευνα για διάφορες παγκόσμιες οικονομικές κρίσεις.</p> <p>3. Λήψη δανείου. Σύγκριση του δανεισμού από οικονομικά ιδρύματα</p> <p>4. Κυκλική οικονομία - διερεύνηση της έννοιας.</p> <p>5. Αποταμιεύσεις και πώς λειτουργεί ο ανατοκισμός.</p> <p>Εάν είναι δυνατόν, βάλτε τους/τις συμμετέχοντες/-χουσες να απαντήσουν στις ερωτήσεις-πρόκληση.</p>			
10 λεπτά	<p>Δραστηριότητα M6.7 Χρήσιμες πολιτικές και στρατηγικές που θα μας βοηθήσουν να γίνουμε ενσυνείδητοι καταναλωτές- Η κυκλική οικονομία</p> <p>Οι συμμετέχοντες/-χουσες θα εξετάσουν στη συνέχεια πολιτικές όπως η οδηγία για τα πλαστικά μιας χρήσης (SUP) και τις αρχές της Κυκλικής οικονομίας.</p> <p>Προτείνετε κάποιες ιδέες και ρωτήστε τους/τις συμμετέχοντες/-χουσες αν γνωρίζουν άλλες.</p>		<p>PP 20 – Κυκλική οικονομία</p> <p>PP 21 - Οδηγία SUP και ιδέες</p>	
10 λεπτά	<p>Κλείσιμο Εργαστηρίου</p> <p>Για να κλείσετε το εργαστήριο, ευχαριστήστε την ομάδα για την παρουσία της.</p> <p>Για περισσότερες πηγές επισκεφθείτε την ιστοσελίδα Money Matters.</p>	Ανατροφή οδότηση	PP22	
	<p>Κορυφαίες Συμβουλές:</p> <p>Στους/στις συμμετέχοντες/-χουσες θα δοθούν τα ονόματα γνωστών influencers στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που θα μπορούσαν να τους ενδιαφέρουν για την υποστήριξη της απόκτησης νέων οικονομικών γνώσεων.</p>	Γνώση εμπειρογνομώνων	PP 23- 26	
Αξιολόγηση (Πώς θα διαπιστώσετε τι έμαθαν οι γονείς και οι κηδεμόνες;)				
Παραδείγματα αξιολόγησης	<ul style="list-style-type: none"> • Επίδειξη γνώσεων: <ul style="list-style-type: none"> ○ Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια θα εκμαιεύσει τις προηγούμενες γνώσεις των συμμετεχόντων και θα τους θέσει μια σειρά από ερωτήσεις για να ελέγξει τις γνώσεις τους. • Συνεργασία & Εξάσκηση: <ul style="list-style-type: none"> ○ Οι συμμετέχοντες/-χουσες θα αξιολογηθούν ως προς την προθυμία τους να συνεργαστούν και να εξασκηθούν στο μαθησιακό περιεχόμενο. ○ Για να βοηθήσουν τη μάθηση, οι εκπαιδευτές/-τριες θα θέσουν καθοδηγούμενες και δομημένες ερωτήσεις στους συμμετέχοντες. • Οικοδόμηση Συναίνεσης: 			

	<ul style="list-style-type: none">○ Μέσω ομαδικών συζητήσεων και δραστηριοτήτων και μιας συζήτησης, οι συμμετέχοντες/-χουσες θα αξιολογηθούν ως προς το πόσο πρόθυμοι είναι να καταλήξουν σε συλλογικές αποφάσεις ως ομάδα.
Διάρκεια	180 λεπτά

Πρόσθετοι Εκπαιδευτικοί Πόροι:

- Η άνοδος του Συνειδητού Καταναλωτή: <https://www.youtube.com/watch?v=1EbezlnBq74>
- Εξηγώντας την κυκλική οικονομία και πώς η κοινωνία μπορεί να ξανασκεφτεί την πρόοδο | Animated Video Essay <https://www.youtube.com/watch?v=zCRKvDyyHmI>
- Ψυχολογία των χρωμάτων: <https://www.colorpsychology.org/>