# A picture containing icon  Description automatically generated

**Formazione di alfabetizzazione finanziaria per genitori**

**Programma della sessione**

**Modulo 6 – Diventare una consumatrice critica / un consumatore critico**

**Introduzione**

Le sessioni di formazione di Money Matters contengono una serie di otto workshop di mezza giornata per genitori e tutori.

I workshop dei moduli da 1 a 6 mirano ad assistere genitori e tutori nello sviluppo delle loro capacità in termini di alfabetizzazione finanziaria attraverso la serie di attività e di materiali didattici dedicati che sono stati sviluppati dal progetto Money Matters.

I workshop dei moduli 7 e 8 mirano a sostenere genitori e tutori nel loro ruolo di formatori dell'apprendimento familiare all'interno delle loro reti familiari immediate, fornendo loro le capacità e le competenze per condividere le risorse di Money Matters con la loro rete di conoscenze e di conoscenti.

**Contenuti del Moduli formativi:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Vocabolario finanziario |
| 2 | Gestione della finanza familiare   |
| 3 | Risorse e strumenti finanziari online |
| 4 | Gestire le emozioni associate al denaro |
| 5 | Gestire il denaro durante i periodi critici della vita  |
| 6 | Diventare una consumatrice critica / un consumatore critico |
| 7 | Apprendimento in famiglia |
| 8 | Cassetta degli attrezzi digitale di Money Matters  |

Benvenuti al workshop del Modulo 6 – Diventare una consumatrice critica / un consumatore critico.

Risultati dell'apprendimento (LOs – Learning Outcomes): dopo aver completato questo workshop, genitori e tutori saranno in grado di:

* Identificare alcune delle caratteristiche dei consumatori critici
* Riconoscere come funziona la pubblicità che incoraggia la spesa attraverso la persuasione
* Comprendere il ruolo dell'economia circolare

|  |
| --- |
| Titolo del modulo: **Diventare una consumatrice critica / un consumatore critico**  |
| **Durata** | **Attività di apprendimento** | **Metodi educativi** | **Materiali / Attrezzature richieste** | **Dispense e schede delle attività**  |
| 5 minuti  | **Dare il benvenuto****Risultati di apprendimento (LO)**Fornire una breve panoramica dei risultati di apprendimento del modulo e una descrizione dell'importanza del corretto utilizzo dei pagamenti online ed elettronici.**Pianificare la sessione**Introdurre il programma visivo fornendo una breve panoramica ed eventuali pulizie / avvisi. | Orientamento  | PP2 -LOPP3- Programma Visivo | Registro delle presenze al workshop |
| 10 minuti | **Attività M 6.1 Attività rompighiaccio: Che tipo di consumatore sei?** Mostra PP4 con 6 tipi di consumatori e chiedi ai partecipanti di dire al loro vicino chi pensano di essere e spiegare perché.Raccogli le risposte di coloro che vogliono condividere. Chiedi cos'è un consumatore critico? Ottenere una comprensione di ciò che un consumatore critico è dai partecipanti.  | Collaborazione & pratica  | PP4- Quale tipo di consumatore sei?PP5- consumatori critici |  |
| 20 minuti | **Activity M 6.2 Pubblicità:** Lo scopo di questa attività è quello di far pensare ai partecipanti dove vedono le pubblicità e a come li influenza. Chiedi ai partecipanti, in coppia o in piccoli gruppi, di:1. identificate esempi di pubblicità che avete visto mentre venivate a questa sessione. Perché ve li ricordate?2. pensate a una pubblicità che vi infastidisce. (Qualsiasi idea è valida) Perché?I partecipanti esamineranno quindi le 3 principali influenze (PP7) della pubblicità e discuteranno di come queste possono essere identificate negli annunci pubblicitari forniti dal gruppo.  | Collaborazione & Pratica  | PP6 – Pubblicità: perché le ricordi? PP7- informazioni sul consumo critico: informare, persuadere e ricordare |  |
| 15 minuti | **Il processo di persuasione nella comunicazione (*the Elaboration Likelihood Model*)** I partecipanti esamineranno le tecniche più comuni utilizzate dai professionisti della pubblicità per incoraggiare i consumi. I partecipanti dovrebbero impegnarsi in una discussione su "come questi due metodi possono farti pensare in modo critico quando consumi?".  | Coaching e Mentoring | PP8- Descrizione del modello  |  |
| 30 minuti | **Attività M 6.3 Annunci pubblicitari che si rivolgono a bambini o adolescenti.** I partecipanti, che lavorano a coppie o in gruppi, identificano annunci che si rivolgono direttamente a bambini e adolescenti. Possono pensare a un annuncio o scorrere Internet per trovare annunci pubblicitari che attirano i bambini.I partecipanti presentano i loro risultati al gruppo. Poni domande ai partecipanti, come, ad esempio: “perché pensate che queste pubblicità piacciano ai bambini?” “Cosa li attrae?” “Come potrebbero essere neutralizzate/contrastate?” | Casi di studio scelti dai partecipanti  | PP9  | Smartphone o computer con accesso a Internet.  |
| 10 minuti | **Pausa: PP 10**  |
| 20 minuti | **Activity M 6.4 Fumetto Money Matters -Pubblicità**I partecipanti leggono il fumetto numero 6. Quali sono i punti chiave sollevati dal fumetto? I punti includono: inflazione, sconti, pressione tra pari, influencer, occasioni 2 per 1, biglietti della lotteria, consumismo, altre tecniche pubblicitarieCome potrebbero usare il fumetto con i loro figli? |  | PP 11PP 12 elenca i punti chiave | Money Matters Fumetto No. 6 - Pubblicità |
| 20 minuti | **In che modo la pubblicità usa la psicologia? Ad esempio coi colori.** In che modo le aziende utilizzano i colori nella pubblicità? (PP13) Risposte suggerite a PP 14 -16.I partecipanti esaminano e discutono i diversi colori che si rivolgono ai generi e riconoscono la logica alla base del motivo per cui le aziende scelgono un colore per il loro marchio.  |  | PP 13- 16 |  |
| 15 minuti | **Attività M 6.5 Le risorse Money Matters - Fuggi dalla Giungla dei soldi – Money Jungle** Tutto ciò ci incoraggia a spendere soldi* Pubblicità
* Pressione dei pari
* Influencers

Link alla Giungla dei soldi – Money Jungle (PP18)<https://forms.gle/7Ht4divX2EenTbVv7>Se possibile, imposta il link per andare direttamente alla **3° sfida** che si occupa della pressione dei pari che porta al debito.***1: Introduzione:******Contesto – Money Jungle*** 1. *Identificazione delle truffe.*
2. *Prestiti e tassi di interesse.*
3. *Pressione dei pari – bisogni e desideri.*

Chiedi ai partecipanti di rispondere alle domande della sfida. |  | *Link* PP 17 PP18- link  | I partecipanti potrebbero utilizzare smartphone e computer |
| 10 minuti | **M 6.6 Money Matters; scambio interplanetario** Introdurre strategie per diventare consumatori critici, pensando all'economia circolare.Clicca sul link alla Escape Room sulle Istituzioni Finanziarie. Intermediario **Scambio interplanetario**<https://forms.gle/1qNm9eD2mvmpbag46>E prova ad andare dritto alla 4a Sfida con domande sull'Economia Circolare.**Contesto: Scambio interplanetario**1. Mantenere la sicurezza online.
2. Ricerca di diverse crisi economiche mondiali.
3. Ottenere un prestito.

Confronto dei prestiti da istituzioni finanziarie1. Economia circolare: esplorare il concetto.
2. Risparmio e come funziona l'interesse composto.

Se possibile, chiedi ai partecipanti di rispondere alle domande della sfida. |  | PP19- link alla Escape Room  | I partecipanti potrebbero utilizzare smartphone e computer |
| 10 minuti | **Attività M 6.7 Politiche e strategie utili per aiutarci a diventare consumatori critici - L'economia circolare**I partecipanti prenderanno quindi in considerazione politiche come la direttiva sulla plastica monouso (SUP) e i principi dell'economia circolare.Suggerisci alcune idee e chiedi ai partecipanti se ne conoscono altre.  |  | PP 20 – Economia circolarePP 21 – SUP Direttiva e idee |  |
| 10 minuti | **Chiusura**Per chiudere il workshop, ringrazia il gruppo per aver partecipato. Per ulteriori risorse visita il sito web di Money Matters. | Feedback  | PP22 |  |
|  | **Buoni consigli:** Ai partecipanti verranno forniti i nomi delle pagina di alcuni influencer sui social media perché potrebbero essere di interesse per aiutarli a sostenere la loro acquisizione di nuove conoscenze finanziarie.  | Conoscenza esperta | PP 23-26 |  |
| **Valutazione (Come scoprirai cosa hanno imparato i genitori e i tutori?)** |
| Esempi di valutazione | * Dimostrazione di conoscenza:
	+ Il formatore attirerà le conoscenze precedenti dei partecipanti e porrà loro una serie di domande per testare le loro conoscenze.
* Collaborazione & Pratica:
	+ I partecipanti verranno valutati in base alla loro volontà di collaborare e praticare il contenuto dell’apprendimento.
	+ Per facilitare l’apprendimento, i formatori porranno domande guidate e strutturate ai partecipanti.
* Costruzione del consenso:
	+ Attraverso discussioni e attività di gruppo e un dibattito, i partecipanti saranno valutati su quanto sono disposti ad arrivare a decisioni collettive come gruppo.
 |
| Durata  | 180 Minuti  |

## Risorse di apprendimento aggiuntive:

* The Rise of the Conscious Consumer: <https://www.youtube.com/watch?v=1EbezlnBq74>
* Explaining the Circular Economy and How Society Can Re-think Progress | Videoanima Essay <https://www.youtube.com/watch?v=zCRKvDyyHmI>

* Colour Psychology: <https://www.colorpsychology.org/>