

Digitale Werbung

Lektionsplan



Nr.	Thema	Inhalt	Ziele	Material	Organisation	Zeit
1	Soziale Netzwerke	<p>SuS lesen den Einstiegstext zur Definition von sozialen Netzwerken</p> <p>SuS lösen die Aufträge in EA und PA, um sich eine eigene Meinung über die Vor- und Nachteile, Risiken und Chancen von Social Media und Networks zu bilden.</p>	<p>SuS werden sich bewusst, welche Informationen sie in den sozialen Netzwerken teilen und verbreiten.</p> <p>SuS überlegen sich, welche Auswirkungen die sozialen Medien und Netzwerke auf ihren Alltag und ihr Leben haben.</p>	<p>AB „Soziale Netzwerke“</p> <p>Tablet / PC mit Internetzugang</p>	EA / PA / Plenum	45´
2	Social Media Kampagnen Der neue Tauschhandel	<p>SuS betrachten einen Cartoon und ein Zitat zum Thema und stellen Vermutungen an, was diese mit sozialen Netzwerken gemeinsam haben könnten.</p>	<p>SuS erkennen, das vermeintlich kostenlose Angebote oft doch bezahlt werden, z. B. mit Daten und persönlichen Angaben.</p> <p>SuS sind sich bewusst, dass Daten, welche sie in sozialen Netzwerken eintragen gespeichert, genutzt und tw. auch verkauft werden.</p>	<p>AB „Der neue Tauschhandel“</p> <p>Infografik</p>	GA / Plenum	30´
3	Wie beeinflusst digitale Werbung unser Leben?	<p>SuS sammeln einen Tag lang digitale Werbungen, welche sie im Netz antreffen.</p> <p>Gemeinsame Besprechung / Auswertung / Sammlung</p> <p>SuS arbeiten im Placemat-Verfahren und formulieren Ideen und Vermutungen</p> <p>Anschliessend gemeinsame Besprechung und Auswertung.</p>	<p>SuS können erkennen, dass digitale Werbung gezielt und personalisiert eingesetzt wird.</p> <p>SuS sind sich bewusst, dass mit digitaler Werbung ein Bedürfnis geschaffen werden kann.</p>	<p>AB „Wie beeinflusst digitale Werbung unser Leben?“</p> <p>Placemat „Digitale Werbung“ (am besten Format A3 oder grösser)</p>	EA / GA	45´
4	Influencer – Wer glaubt wem was?	<p>Zum Einstieg wird ein Influencer-ABC zusammengetragen.</p> <p>SuS definieren den Begriff „Influencer“.</p> <p>SuS recherchieren zu einer ausgewählten Person und stellen diese anschliessend vor.</p>	<p>SuS erkennen, dass Influencer die Meinung beeinflussen und dies gezielt einsetzen.</p> <p>SuS wissen, dass Produktwerbung gezielt in Posts von Influencern platziert wird.</p>	<p>AB « Wer glaubt wem was ? »</p> <p>AB „Darf ich vorstellen?“</p> <p>Laptop / Tablet mit Internetzugang für Recherche.</p>	Plenum / EA / PA	90´
5	Social Media Stars	<p>SuS erfahren anhand eines Videos, was hinter den Social Media Stars steckt und wie sich diese in Szene setzen.</p> <p>SuS erstellen eine eigene Anleitung mit Tipps, wie man in den sozialen Medien erfolgreich ist.</p>	<p>SuS wissen, dass hinter den Social Media Stars ein ganzes Team und harte Arbeit steckt.</p> <p>SuS erkennen, dass sich die Produktionen der Social Media Stars (fast) nur mit Werbebeiträgen finanzieren lassen und deshalb Interessensgruppen Einfluss auf die Stars haben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> AB „Wie wird man ein Social Media Star?“ <p>Laptop / Tablet / Beamer für Video</p>	EA / PA	45´

Digitale Werbung

Lektionsplan



Ergänzungen / Varianten

Informationen	<p>„Datenschutz“ kiknet-Lektionsreihe in Zusammenarbeit mit dem Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten (EDÖB) https://www.kiknet-edoeb.org/datenschutz/3-zyklus/</p> <p>Jugend und Medien, Informationsportal zur Förderung von Medienkompetenz https://www.jugendundmedien.ch/de.html</p> <p>Videoportal SRF Myschool, Medien und Informatik https://www.srf.ch/sendungen/myschool/themen/medien-und-informatik</p>	
Kontaktadressen	Wander AG, Fabrikstrasse 10, 3176 Neuenegg, https://www.wander.ch/ , info@wander.ch	
Ergänzungen	Bilder stammen, wenn nichts erwähnt, von www.pixabay.com	
Erklärungen		schriftlicher Schülerinnen- und Schülerauftrag
		Spiel / Aktion
		Diskussion in Gruppen oder im Plenum
		Information für Lehrpersonen
		Informationstext/Theorie für Schülerinnen und Schüler

Digitale Werbung

Lektionsplan



Lehrplanbezüge (LP 21)

Schülerinnen und Schüler...

- können die Absicht hinter Medienbeiträgen einschätzen (z.B. Werbung, Zeitschrift, Parteizeitung). *(MI.1.2.h)*
- können Verflechtungen und Wechselwirkungen zwischen physischer Umwelt, medialen und virtuellen Lebensräumen erkennen und für das eigene Verhalten einbeziehen (z.B. soziale Netzwerke und ihre Konsequenzen im realen Leben). *(MI.1.1.e)*
- können das Internet als Infrastruktur von seinen Diensten unterscheiden (z.B. WWW, E-Mail, Internettelefonie, Soziale Netzwerke). *(MI.2.3.m)*