📋 מה באמת זול יותר? משווים אריזות לפי מחיר ל־100 גרם

כיתה ה' · 💰 חינוך פיננסי · 45 דק' · מערך שיעור למורה · לפי מעגל הלמידה

מטרה מרכזית: התלמידים/ות יחשבו מחיר ל־100 גרם (או לליטר) לשתי אריזות בגדלים שונים, ישוו ביניהן וינמקו בכתב איזו אריזה משתלמת יותר, בעזרת טבלת "מחיר ל־100 גרם" ומחשבון.

מטרות אופרטיביות:

- התלמידים/ות יחשבו מחיר ל־100 גרם לאריזה נתונה. דרך החישוב: מחלקים את המשקל ב־100 כדי לדעת כמה יחידות של 100 גרם יש באריזה, ואז מחלקים את המחיר במספר היחידות.
- התלמידים/ות ישוו בין שתי אריזות בגדלים שונים לפי המחיר ליחידה, ויקבעו איזו מהן משתלמת יותר.
- התלמידים/ות יאתרו בצילום של תווית מדף את "המחיר ליחידת מידה", ויסבירו במשפט אחד למה הוא מופיע עליה.
- התלמידים/ות ינמקו מצב שבו האריזה הזולה ליחידה אינה הבחירה הנבונה. למשל: מזון שיתקלקל לפני שיאכלו אותו, או כמות גדולה מהצורך.

עיגון בתוכנית הלימודים: חינוך פיננסי בשילוב מתמטיקה לכיתות ה'–ו': צרכנות נבונה ומתמטיקה, "עושים חשבון להגינות". השיעור משלב חילוק ושברים עשרוניים (מחיר ליחידה, יחס) עם קבלת החלטות צרכנית. לא סופק קטע מקור מילולי לציטוט, ולכן שדה הציטוט נשאר ריק.

מקור: חינוך פיננסי – מתמטיקה לתלמידי יסודי (צרכנות נבונה, "עושים חשבון להגינות"), משרד החינוך – פורטל עובדי הוראה – https://pop.education.gov.il/

ידע קודם: חילוק מספר עשרוני במספר שלם וקריאת שברים עשרוניים במחיר (למשל 8.90 ₪) · יחידות מידה: גרם, קילוגרם, ליטר, מיליליטר (1 ק"ג = 1,000 גרם, 1 ליטר = 1,000 מ"ל) · שימוש במחשבון לפעולות בסיסיות

מושגים: מחיר ליחידה · מחיר ליחידת מידה (מחיר ל־100 גרם / לליטר) · השוואה כמותית · צרכן נבון

חומרים: אריזות ריקות מהבית (קורנפלקס, פסטה, מיץ) ותוויות מחיר לדוגמה · צילום של תווית מדף שמופיע בה "מחיר ל־100 גרם" · מחשבונים (אחד לכל קבוצה) · טבלת "מחיר ל־100 גרם" (משימה 1 בדף העבודה לתלמיד – כיתה ה', PDF מהעמוד) · המשחק "משווים מחירים" שבעמוד (מוקרן על המסך) · קובץ "מערכי השיעור ותשובות למורה – כיתה ה'" (PDF מהעמוד) · פתקי כרטיס יציאה

הלימה: מטרה – פעילות – עדות

מטרה	פעילות	עדות להשגה
חישוב מחיר ל־100 גרם	התנסות: חישוב בקבוצות על האריזות האמיתיות. המשגה: הדגמה ותרגול מודרך בשלושה שלבים (אני מדגימה – נעשה יחד – עכשיו לבד).	טבלה מלאה בדף העבודה (משימה 1) ושלב החישוב בכרטיס היציאה
השוואה בין אריזות וקביעה מה משתלם	התנסות: השוואת זוגות אריזות. יישום: המשחק "משווים מחירים" והמשך משימה 1.	בחירה נכונה ב־3 זוגות לפחות, ובכרטיס היציאה
איתור המחיר ליחידת מידה בתווית מדף	המשגה: עבודה עם צילום של תווית מדף	תשובה בעל פה או בכתב לשאלת המורה "איפה בתווית רואים את המחיר ל־100 גרם, ולמה הוא שם?"
נימוק מתי הזול ליחידה אינו הבחירה הנבונה	המשגה: דיון "האם הגדול תמיד משתלם?". סגירה: שאלת רפלקציה.	משפט נימוק בכרטיס היציאה (סעיף ב')

מהלך השיעור

1. פתיחת המעגל – איתור ידע קודם **5 דק'**	*לעורר את השאלה המרכזית של השיעור ולאתר דרכי חשיבה קיימות על "זול" ו"משתלם"* 1. מציגה שתי אריזות: "אריזה א': 500 גרם ב־8.90 ₪. אריזה ב': 750 גרם ב־12.50 ₪." 2. שואלת: "נשער: איזו אריזה משתלמת יותר? כתבו את ההשערה שלכם בפינת הדף ונמקו במילה אחת או שתיים." 3. רושמת על הלוח את מספר התלמידים/ות שבחרו בכל אריזה, בלי לגלות עדיין מה התשובה. **התלמידים:** רושמים/ות השערה ונימוק קצר · משתפים/ות בהשערה בהצבעה **תשובות צפויות:** • תשובה צפויה: "אריזה א', כי היא זולה יותר." ← תפיסה שגויה: משווים רק את המחיר הכולל. תגובת המורה: "נכון שהיא עולה פחות, אבל האם מקבלים בה אותה כמות? נבדוק." • תשובה צפויה: "אריזה ב', כי גדול תמיד יותר משתלם." ← תגובת המורה: "זו השערה שנבדוק. האם תמיד?"

2. התנסות **12 דק׳**	*לגלות בעבודה עצמית את הצורך להשוות לפי אותה כמות* 1. מחלקת לכל קבוצה זוג אריזות אמיתיות עם תוויות מחיר. 2. מנחה: "אתם לא יכולים להשוות 500 גרם ל־750 גרם. מצאו דרך להשוות את שתי האריזות על אותה כמות." 3. מסתובבת בין הקבוצות ושואלת: "כמה יחידות של 100 גרם יש באריזה? כמה עולה כל יחידה כזו?" **התלמידים:** בקבוצות: מחפשים/ות דרך להשוות, למשל להשוות על 100 גרם, על 50 גרם או על 1 ק״ג · מחשבים/ות במחשבון ורושמים/ות את דרך החישוב **תשובות צפויות:** • דרך צפויה: "500 גרם הם 5 פעמים 100 גרם, אז 8.90 ÷ 5 = 1.78 ₪." • תפיסה שגויה: מחלקים את המשקל במחיר (500 ÷ 8.90) ← תגובת המורה: "מה המספר הזה אומר? כמה גרם מקבלים בשקל אחד. גם זה נכון, אבל קשה להשוות כך לתוות. רוצים לדעת כמה שקלים עולים 100 גרם." 🎬 **סרטון:** תרבות הצריכה (משרד החינוך - ישראל) youtube.com/watch?v=PMAbtq6g5Ng
3. המשגה **10 דק׳**	*להגדיר מחיר ליחידה ולהמשיג אותו ככלי השוואה* 1. מגדירה: "מחיר ליחידה הוא המחיר של כמות קבועה, למשל 100 גרם או ליטר. בעזרתו אפשר להשוות בין אריזות בגדלים שונים." 2. אני מדגימה: "באריזה א׳ יש 500 גרם, כלומר 5 יחידות של 100 גרם. 8.90 ÷ 5 = 1.78 ₪ ל־100 גרם." 3. נעשה יחד: "באריזה ב׳ יש 750 גרם, כלומר 7.5 יחידות. 12.50 ÷ 7.5 = כ־1.67 ₪ ל־100 גרם. מה גילינו לגבי ההשערה?" 4. עכשיו לבד: "מיץ: 1.5 ליטר ב־9 ₪ לעומת 1 ליטר ב־7 ₪. חשבו מחיר לליטר." (תשובה: 6 ₪ לעומת 7 ₪) 5. מציגה צילום של תווית מדף ושואלת: "איפה מופיע כאן המחיר ל־100 גרם? למה, לדעתכם, התווית מציגה אותו?" 6. שואלת: "האם הגדול תמיד משתלם?" **התלמידים:** פותרים/ות יחד ולבד בטבלה · מאתרים/ות את המחיר ליחידת מידה בצילום התווית · משתתפים/ות בדיון ומנמקים/ות **תשובות צפויות:** • תשובה צפויה: "אריזה ב׳ משתלמת יותר, כי 100 גרם בה עולים פחות." • תשובה צפויה לשאלת הדיון: "לא תמיד. אם האוכל יתקלקל לפני שנאכל אותו, נזרוק חלק ממנו וההנחה תלך לאיבוד." ← המורה מחזקת ומוסיפה: "גם כמות גדולה ממה שצריך היא לא חיסכון." **שאלות מסדר חשיבה גבוה:** • הכללה: "נסחו כלל: איך מחליטים איזו אריזה משתלמת יותר, כשהגדלים שונים?" • הערכה: "משפחה של שני אנשים קונה יוגורט. האם כדאי לה לקנות את האריזה המשפחתית? נמקו."
4. יישום – ביצועי הבנה **12 דק׳**	*ליישם את חישוב המחיר ליחידה במוצרים חדשים ובהחלטה צרכנית* 1. מפעילה את המשחק "משווים מחירים" על המסך. בכל סיבוב תלמיד/ה אחר/ת מכריז/ה על הבחירה ומנמק/ת לפי המחיר ליחידה. המורה מזכירה: "המחירים במשחק הם לדוגמה בלבד." 2. מנחה את המעבר למשימה 1 בדף העבודה: "מלאו את הטבלה לשלושה זוגות מוצרים, וכתבו ליד כל זוג משפט נימוק." **התלמידים:** משחקים/ות במליאה ומנמקים/ות כל בחירה · עובדים/ות על משימה 1 בדף העבודה לבד או בזוגות, עם מחשבון **תשובות צפויות:** • תשובה צפויה: "בחרתי בקופסה הגדולה, כי 100 גרם בה עולים 1.60 ₪ לעומת 1.90 ₪." • תפיסה שגויה: בוחרים לפי המחיר הכולל בסיבוב שבו האריזה הקטנה זולה יותר ליחידה ← תגובת המורה: "בדקו את המחיר ל־100 גרם. לפעמים דווקא הקטנה משתלמת." **שאלות מסדר חשיבה גבוה:** • העברה להקשר חדש: "איך הייתם משווים בין שני בקבוקי שמפו, אחד של 400 מ״ל ואחד של 1 ליטר?"

5. סגירת המעגל – הערכה וסיכום **6 דק'**	*לסכם את הכלל ולבדוק את השגת המטרה המרכזית* 1. שואלת: "מה אבדוק בפעם הבאה שאהיה בסופר עם ההורים?" 2. מחלקת כרטיס יציאה ומקריאה את קריטריוני ההצלחה שעל הלוח. **התלמידים:** עונים/ות על שאלת הרפלקציה · ממלאים/ות כרטיס יציאה **תשובות צפויות:** • תשובה צפויה: "אבדוק בתווית את המחיר ל־100 גרם ולא רק את המחיר הכולל." **כרטיס יציאה:** א'. אורז: 500 גרם ב־6 ₪ או 1 ק"ג ב־11 ₪. חשבו מחיר ל־100 גרם לכל אריזה וכתבו איזו משתלמת יותר. ב'. כתבו מצב אחד שבו לא הייתם קונים את האריזה הזולה ליחידה, ונמקו. • חישוב נכון: 1.20 ₪ ו־1.10 ₪ ל־100 גרם • בחירה נכונה (אריזת 1 ק"ג) עם נימוק לפי המחיר ליחידה • נימוק סביר לסעיף ב' (קלקול, כמות גדולה מהצורך, אין מקום לאחסון) המורה ממיינת את הכרטיסים לשלוש קבוצות: חישוב שגוי, חישוב נכון בלי נימוק, ומלא. בפתיחת השיעור הבא תלמידים/ות מהקבוצה הראשונה יעבדו עם המורה על מספרים עגולים. השאר ישתמשו בחישוב המחיר ליחידה כדי לבדוק את המחיר בפרסומת בשיעור 2.

התאמה לשונות

תמיכה	• מספרים עגולים לפתיחה (400 גרם ב־8 ₪, כלומר 4 יחידות ו־2 ₪ ל־100 גרם) • טבלה מפורקת לשלבים: "כמה יחידות של 100 גרם?" ← "מחיר ÷ מספר היחידות" ← "איזה מספר קטן יותר?" • אריזה אמיתית על השולחן כאמצעי המחשה, וכרטיס עם משפט פתיחה לנימוק: "משתלם יותר כי 100 גרם עולים..."
ליבה	• משימה 1 בדף העבודה עם מחשבון, ושלושה זוגות מוצרים במשחק
העשרה	• השוואת מבצעים: "1+1" לעומת "השני ב־50%". כמה עולה כל יחידה בכל מבצע? (ב־"1+1" משלמים חצי מחיר ליחידה, וב־"השני ב־50%" משלמים 75% מהמחיר ליחידה) • לבדוק מתי מבצע אינו משתלם: כשהמוצר לא נחוץ, או כשמוצר אחר זול יותר ליחידה גם בלי מבצע

מחוון

- מחשב/ת נכון מחיר ל־100 גרם או לליטר
- משווה ובוחר/ת את האריזה המשתלמת לפי המחיר ליחידה ולא לפי המחיר הכולל
- מנמק/ת את הבחירה במשפט שלם
- מזהה מצב שבו הזול ליחידה אינו הבחירה הנבונה

רב-תחומיות

- מתמטיקה: התלמידים/ות מפעילים/ות חילוק של מספר עשרוני ויחס (מחיר לכמות קבועה) על נתונים אמיתיים מאריזות ומתוויות מדף.
- סביבה: בדיון "האם הגדול תמיד משתלם?" התלמידים/ות שוקלים/ות גם בזבוז מזון שמתקלקל וזורקים אותו, כשיקול בהחלטת קנייה.

📋 מפענחים פרסומת: "גלאי טריקים" לצרכן נבון

כיתה ה' | 💰 חינוך פיננסי | 45 דק' | מערך שיעור למורה · לפי מעגל הלמידה

מטרה מרכזית: התלמידים/ות יזהו בפרסומת מודפסת לפחות שלושה טריקים של שכנוע בעזרת רשימת הבדיקה "גלאי טריקים", ויסבירו בכתב איך כל טריק משפיע על הצרכן.

מטרות אופרטיביות:

- התלמידים/ות יסמנו בפרסומת טריקים לפי רשימת הבדיקה: מחיר שנגמר ב־.90, "רק היום", ידוענים ו"מתנה בפנים".
- התלמידים/ות יסבירו במשפט אחד מה כל טריק גורם לצרכן לחשוב או להרגיש.
- התלמידים/ות ינסחו שלוש שאלות של צרכן נבון ויפעילו אותן על פרסומת.
- התלמידים/ות יכתבו פרסומת הוגנת לבקבוק המים הרב־פעמי של הכיתה, בלי טריקים מטעים.

עיגון בתוכנית הלימודים: חינוך פיננסי במולדת, חברה ואזרחות לכיתות ה'–ו': "הצרכן קובע" ו"תרבות הצריכה". השיעור עוסק בחשיבה ביקורתית מול פרסום ובקבלת החלטות צרכנית. לא סופק קטע מקור מילולי לציטוט, ולכן שדה הציטוט נשאר ריק.

מקור: חינוך פיננסי – מולדת, חברה ואזרחות יסודי, משרד החינוך – פורטל עובדי הוראה – https://pop.education.gov.il/

ידע קודם: חישוב מחיר ליחידה (שיעור 1) · היכרות עם פרסומות מחיי היום־יום: עלונים, שלטים ופרסומות בטלוויזיה וברשת · ההבחנה בין עובדה לדעה (עברית)

מושגים: פרסומת · מטרת הפרסומת – שכנוע · טריק פרסומי · מחיר שנגמר ב־.90 · לחץ זמן ("רק היום") · ידוען · צרכן נבון · תוכן ממומן

חומרים: הסרטון "תרבות הצריכה" (משרד החינוך, YouTube). קטע שהמורה צפתה בו מראש ובחרה, עד כ־3 דקות · 3 פרסומות מודפסות מעיתון או מעלון של חנות, עותק לכל זוג · רשימת הבדיקה "גלאי טריקים" (בדף העבודה לתלמיד – כיתה ה', PDF מהעמוד) · בקבוק המים הרב־פעמי של הכיתה · טושים צבעוניים לסימון, ופתקי כרטיס יציאה

הלימה: מטרה – פעילות – עדות

מטרה	פעילות	עדות להשגה
סימון טריקים לפי רשימת הבדיקה	התנסות: עבודה בזוגות על פרסומת מודפסת	פרסומת מסומנת עם 3 טריקים לפחות, וסעיף א' בכרטיס היציאה
הסבר השפעת כל טריק	המשגה: הדגמה ותרגול מודרך בשלושה שלבים (אני מדגימה – נעשה יחד – עכשיו לבד) על פרסומת אחת	משפט הסבר ליד כל טריק מסומן, וסעיף ב' בכרטיס היציאה
שאלות של צרכן נבון	המשגה: ניסוח השאלות. יישום: הפעלתן על הפרסומת ההוגנת.	שלוש שאלות כתובות בדף העבודה
כתיבת פרסומת הוגנת	יישום: כתיבת פרסומת לבקבוק המים	פרסומת שעומדת ברשימת הבדיקה: אין בה טריקים מטעים, והמידע בה מדויק

מהלך השיעור

1. פתיחת המעגל – איתור ידע קודם **5 דק'**	*לעורר שאלה על הסיבות לקנייה ועל השפעת הפרסום* 1. מקרינה קטע נבחר מהסרטון "תרבות הצריכה" (משרד החינוך), עד כ־3 דקות. 2. שואלת: "למה אנחנו קונים גם כשאנחנו לא צריכים? נשער: מה גורם לנו לרצות מוצר?" 3. רושמת את ההשערות על הלוח. **התלמידים:** צופים/ות בקטע ומשתפים/ות בהשערות **תשובות צפויות:** • תשובה צפויה: "כי כולם קונים", "כי ראינו פרסומת", "כי זה במבצע". • תפיסה שגויה: "עליי פרסומות לא משפיעות." ← תגובת המורה: "נבדוק היום אם זה נכון. אולי חלק מההשפעה לא מורגשת."

2. התנסות **12 דק׳**	*לזהות בפרסומת אמיתית טריקים לפני שמגדירים אותם* 1. מחלקת לכל זוג פרסומת אחת ואת רשימת הבדיקה "גלאי טריקים". 2. מנחה: "סמנו בצבע כל דבר בפרסומת שנועד לגרום לכם לקנות. ליד כל סימון כתבו: מה זה גורם לי לחשוב?" 3. שואלת זוגות במהלך העבודה: "מה המחיר האמיתי כאן? מה לא כתוב בפרסומת?" **התלמידים:** בזוגות: קוראים/ות את הפרסומת, מסמנים/ות טריקים ורושמים/ות הערה ליד כל סימון **תשובות צפויות:** • תשובה צפויה: "כתוב 'רק היום', אז ממהרים לקנות." • תפיסה שגויה: "9.90 ₪ זה בערך 9 ₪." ← תגובת המורה: "כמה חסר כדי להגיע ל־10 ₪? רק 10 אגורות. למה, לדעתכם, המפרסמים בוחרים דווקא 9.90?"
3. המשגה **10 דק׳**	*להגדיר את מטרת הפרסומת ולהמשיג את הטריקים ואת שאלות הצרכן הנבון* 1. מגדירה: "פרסומת היא הודעה שמטרתה לשכנע אותנו לקנות או להשתמש במוצר. טריק פרסומי הוא דרך לשכנע שלא מספרת את כל האמת או שמפעילה עלינו לחץ." 2. אני מדגימה על פרסומת 1: "כתוב 19.90 ₪. זה מחיר שנגמר ב־.90. הוא נראה קרוב ל־19, אבל הוא כמעט 20. כתוב 'רק היום', וזה לחץ זמן שלא משאיר לי זמן לחשוב." 3. נעשה יחד על פרסומת 2: "יש כאן ידוען. האם העובדה שהוא מחזיק את המוצר אומרת שהמוצר טוב? ומה עם 'מתנה בפנים'? על מה אנחנו באמת משלמים?" 4. עכשיו לבד: "בפרסומת 3 מצאו טריק אחד שלא דיברנו עליו עדיין והסבירו אותו." 5. כותבת על הלוח את שלוש השאלות של צרכן נבון: "האם אני צריך/ה את זה? כמה זה עולה ליחידה? מה לא כתוב?" **התלמידים:** מסבירים/ות טריקים בתרגול המודרך · מוצאים/ות לבד טריק בפרסומת 3 ומסבירים/ות אותו · מעתיקים/ות את שלוש השאלות לדף העבודה **תשובות צפויות:** • תשובה צפויה: "אם ידוען מחזיק את המוצר, זה לא אומר שהוא בדק אותו. אולי שילמו לו." • תפיסה שגויה: "פרסומת משקרת תמיד." ← תגובת המורה: "יש בפרסומת גם מידע נכון, למשל המחיר. התפקיד שלנו הוא להבדיל בין מידע לבין שכנוע." **שאלות מסדר חשיבה גבוה:** • השוואה: "מה ההבדל בין 'רק היום' לבין 'מתנה בפנים'? על איזה רגש כל אחד מהם משפיע?" • הסקה: "למה, לדעתכם, יש בפרסומת מעט מאוד מידע על המחיר ליחידה?" 🎬 **סרטון:** תרבות הצריכה (משרד החינוך - ישראל) youtube.com/watch?v=PMAbtq6g5Ng
4. יישום – ביצועי הבנה **12 דק׳**	*להעביר את ההבנה ליצירה: פרסומת הוגנת* 1. מציגה את בקבוק המים הרב־פעמי של הכיתה: "כתבו פרסומת הוגנת לבקבוק: מה הוא באמת נותן? מה כדאי לדעת לפני שקונים? בלי טריקים." 2. מנחה: "כשתסיימו, העבירו את הפרסומת לזוג השכן. הזוג יבדוק אותה לפי 'גלאי הטריקים' ולפי שלוש השאלות של צרכן נבון." **התלמידים:** בזוגות: כותבים/ות פרסומת קצרה (3–4 משפטים וכותרת) · בודקים/ות את הפרסומת של זוג אחר ונותנים/ות משוב אחד **תשובות צפויות:** • תשובה צפויה: "בקבוק לשימוש חוזר ונשנה, שומר על קור המים כמה שעות, מחליף הרבה בקבוקים חד־פעמיים." • תפיסה שגויה: כותבים/ות "הבקבוק הכי טוב בעולם!" ← תגובת המורה: "איך אפשר לבדוק את זה? כתבו עובדה שאפשר לבדוק במקום." **שאלות מסדר חשיבה גבוה:** • הערכה: "האם הפרסומת שלכם עדיין משכנעת גם בלי טריקים? מה משכנע בה?"

5. סגירת המעגל – הערכה וסיכום **6 דק'**	*רפלקציה ובדיקת השגת המטרה המרכזית* 1. שואלת: "איזה טריק הכי משפיע עליי? למה?" 2. מחלקת כרטיס יציאה עם פרסומת קצרה מודפסת, ומקריאה את קריטריוני ההצלחה. **התלמידים:** משתפים/ות ברפלקציה · ממלאים/ות כרטיס יציאה **תשובות צפויות:** • תשובה צפויה: "'רק היום', כי אני מפחד/ת לפספס." **כרטיס יציאה:** קראו את הפרסומת: "רק היום! אוזניות ב־49.90 ₪ – כמו של הזמר האהוב עליכם – ומתנה בפנים!" א'. סמנו שלושה טריקים. ב'. כתבו ליד כל טריק משפט אחד: איך הוא משפיע על הקונה? • זוהו שלושה טריקים: לחץ זמן ("רק היום"), מחיר שנגמר ב־.90, ידוען או מתנה • לכל טריק יש הסבר נכון של השפעתו על הקונה • ההסבר כתוב במשפט שלם ובמילים של התלמיד/ה בשיעור הבא התלמידים/ות שזיהו פחות משלושה טריקים יקבלו כרטיסי דוגמה לכל טריק, ויעבדו על פרסומת נוספת עם המורה. התלמידים/ות שעמדו בקריטריונים ינתחו תוכן ממומן ברשת. הפרסומות ההוגנות יוכנו להצגת "גלאי הטריקים" להורים.

התאמה לשונות

תמיכה	• רשימת בדיקה מצומצמת עם 4 טריקים, ובה דוגמה מאוירת לכל טריק • בנק מילים: לשכנע, לחץ, לפספס, מחיר אמיתי, ידוען • משפט פתיחה להסבר: "הטריק הזה גורם לי לחשוב ש..."
ליבה	• פרסומת מודפסת ורשימת הבדיקה המלאה, וכתיבת פרסומת הוגנת בזוגות
העשרה	• לנתח דוגמה של תוכן ממומן ברשת (פוסט של ידוען שכתוב בו "שיתוף פעולה" או "ממומן"): במה הוא דומה לפרסומת רגילה ובמה הוא שונה ממנה, ולמה קשה יותר לזהות אותו? • לחשב את המחיר ליחידה של מוצר בפרסומת (בעזרת שיעור 1), ולבדוק אם "המבצע" באמת משתלם

מחוון

- מזהה לפחות שלושה טריקים בפרסומת
- מסביר/ה את השפעת כל טריק על הצרכן
- מפעיל/ה את שלוש השאלות של צרכן נבון
- כותב/ת פרסומת הוגנת שאין בה טריקים מטעים

רב-תחומיות

- עברית: התלמידים/ות מזהים/ות אמצעים של לשון השכנוע (פנייה ישירה, הגזמה, לחץ זמן), מבחינים/ות בין עובדה לדעה, ומפעילים/ות זאת בכתיבת פרסומת הוגנת.
- מתמטיקה: התלמידים/ות מעגלים/ות מחיר שנגמר ב־.90 לשקל השלם הקרוב (19.90 ₪ הוא כמעט 20 ₪), ובהעשרה בודקים/ות אם מבצע משתלם בעזרת חישוב מחיר ליחידה.