מהדורה למורה – מפתח תשובות

מטרות הדף:

- להכיר מושגים מכלכלה התנהגותית כמו מערכת 1 ומערכת 2
- לתרגל חישוב הנחות אמיתיות מול הנחות מדומות
- לזהות טכניקות שכנוע בפרסומות ולהבין סיכוני אשראי ופרטיות

גרסה רגילה – כל הפריטים.

חלק א' – זיהוי טריקים ומערכות חשיבה

1. א – מערכת 1 (אינטואיציה)
2. ב – לגרום לקונה להחליט מהר בלי לבדוק
3. ב – מערכת 2
4. ב – מחיר מקורי שהועלה כדי שההנחה תיראה גדולה יותר
5. ב – הוצאה גדולה מהמתוכנן בגלל ריבית ועמלות
6. ב – מידע שנאסף על הגולש ברשת

חלק ב' – נכון או לא נכון

1. לא נכון – לפעמים המחיר המקורי מנופח כדי שההנחה תיראה גדולה יותר
2. נכון – תכנון מראש מונע קניות אימפולסיביות
3. לא נכון – ריבית ועמלות עלולות להוסיף עלות נוספת
4. נכון – ייצור מהיר וזול יוצר כמות גדולה של פסולת
5. לא נכון – מערכת 1 היא החשיבה המהירה והאינטואיטיבית

חלק ג' – השלמת מילים

1. מחיר
2. מערכת
3. ריבית
4. פרטיות
5. מהירה

חלק ד' – התאמה: מושג ↔ פירוש

- 1 – ג (חשיבה מהירה ואינטואיטיבית)
- 2 – ד (חשיבה איטית ומנותחת)
- 3 – ה (מחיר מקורי מנופח כדי שההנחה תיראה גדולה)
- 4 – ב (כל השלבים מהייצור ועד המוצר אצל הצרכן)
- 5 – א (פרסומת המותאמת אישית לפי מידע שנאסף עלינו)

חלק ה' – חשבון של מבצעים

1. 150 שקל
2. ההנחה המוצגת גדולה מההנחה האמיתית, כי המחיר ה"מקורי" כנראה נופח
3. היחידה הבודדת (28 ש"ח) זולה יותר ליחידה מאשר החבילה (30 ש"ח ליחידה)

חלק ו' – כותבים

1. תלמידים יציגו עמדה ברורה, שני נימוקים רלוונטיים, ומסקנה; שימוש נכון בלשון טיעון
2. פתיחה מנומסת, תיאור הבעיה בצורה ברורה, בקשה קונקרטית, סיום מנומס

כרטיס יציאה – מה לחפש

- מערכת 1-מהירה ורגשית, מערכת 2-איטית ומנתחת
- בודקים אם המחיר ה'מקורי' הגיוני לעומת מחירים באתרים אחרים
- לחץ זמן, מילות ציווי, הפלגה, פנייה לרגש

טיפים להפעלה:

- אפשר לפתוח עם דוגמת פרסומת אמיתית מהכיתה ולנתח יחד איזו מערכת חשיבה היא מפעילה
- לחלק את הדף לתחנות לפי מדור (צרכנות, סביבה, שפה) ולתת לכל קבוצה חלק אחד
- בחלק הפתוח כדאי לקיים דיון קצר לפני הכתיבה כדי להעשיר את הטיעונים

דף תרגול: בלאק פריידי – צרכנות נבונה (תיכון)

דף התלמיד/ה רגיל

שם: _____ **כיתה:** _____ **תאריך:** _____

בדף זה תתרגלו מושגים מתחום הכלכלה ההתנהגותית, זיהוי מבצעים אמיתיים מול מדומים, חישובי הנחה ואחוזים, ושפת השכנוע שבה משתמשים פרסומאים בתקופת בלאק פריידי.

1 חלק א' – זיהוי טריקים ומערכות חשיבה

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. פרסומת שמשתמשת במילים כמו "עכשיו או לעולם לא" פונה בעיקר ל...

א) מערכת 1 (אינטואיציה) ב) מערכת 2 (ניתוח) ג) תקציב משפחתי ד) שרשרת אספקה

2. מה המטרה העיקרית של "לחץ זמן" במבצעים?

א) לגרום לקונה לחשוב בזהירות ב) לגרום לקונה להחליט מהר בלי לבדוק ג) להוזיל את המוצר באמת

ד) לשפר את איכות המוצר

3. איזו מערכת חשיבה אחראית לניתוח מושכל ובדיקת מחירים?

א) מערכת 1 ב) מערכת 2 ג) מערכת תשלומים ד) מערכת הפצה

4. מהי "הנחה מדומה"?

א) הנחה שמחושבת נכון ב) מחיר מקורי שהועלה כדי שההנחה תיראה גדולה יותר

ג) הנחה שניתנת רק לחברי מועדון ד) הנחה שמוצעת רק באתר

5. קנייה בכרטיס אשראי בתשלומים יכולה להוביל ל...

א) חיסכון מיידי וודאי ב) הוצאה גדולה מהמתוכנן בגלל ריבית ועמלות

ג) ירידה אוטומטית במחיר המוצר ד) ביטול המע"מ

6. פרסום ממוקד מבוסס בעיקר על...

א) ניחוש אקראי ב) מידע שנאסף על הגולש ברשת ג) מחיר השוק בלבד ד) מזג האוויר

2 חלק ב' – נכון או לא נכון

סמנו ✔ נכון או ✘ לא נכון.

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
1	הנחה של "50%" תמיד משקפת מחיר אמיתי ומדויק	☐	☐
2	כדאי לבנות רשימת קניות ותקציב לפני בלאק פריידי	☐	☐
3	קנייה באשראי בתשלומים היא תמיד זולה יותר מתשלום מיידי	☐	☐
4	אופנה מהירה תורמת לפעמים לזיהום ולפסולת טקסטיל	☐	☐
5	מערכת 1 היא החשיבה האיטית והמנתחת	☐	☐

3 חלק ג׳ – השלמת מילים

השלימו את המילה החסרה.

1. כדי להשוות בין מוצרים כדאי לבדוק את ה _____ ליחידה

2. הרגש שגורם לנו לקנות בלי לחשוב שייך בעיקר ל _____ 1

3. כסף נוסף שמשלמים על הלוואה או על תשלומים דחויים נקרא _____

4. מידע אישי שנאסף עלינו בזמן גלישה וקנייה קשור ל _____

5. תעשיית הבגדים הזולים והמהירים נקראת אופנה _____

4 חלק ד׳ – התאמה: מושג ↔ פירוש

התאימו: כתבו ליד כל מספר את האות המתאימה מהעמודה השמאלית.

1. מערכת 1	___	**א.** פרסומת המותאמת אישית לפי מידע שנאסף עלינו
2. מערכת 2	___	**ב.** כל השלבים מהייצור ועד המוצר אצל הצרכן
3. הנחה מדומה	___	**ג.** חשיבה מהירה ואינטואיטיבית
4. שרשרת אספקה	___	**ד.** חשיבה איטית ומנותחת
5. פרסום ממוקד	___	**ה.** מחיר מקורי מנופח כדי שההנחה תיראה גדולה

5 חלק ה׳ – חשבון של מבצעים

ענו בקצרה.

1. מוצר שעלה 200 שקל קיבל הנחה של 25%. מה המחיר אחרי ההנחה?

2. חנות מציגה מחיר "מקורי" 400 שקל ומחיר מבצע 250 שקל, אבל באתרים אחרים המחיר הרגיל הוא 260 שקל. מה ניתן ללמוד מכך?

3. מוצר נמכר בחבילה של 3 יחידות ב-90 שקל, או כיחידה בודדת ב-28 שקל. איזו אפשרות משתלמת יותר ליחידה?

6 חלק ו' – כותבים

כתבו תשובה מלאה במשפטים שלמים.

1. כתבו פסקת טיעון קצרה (4-5 משפטים): האם כדאי לקנות בבלאק פריידי? נמקו עם שני טיעונים לפחות

2. כתבו מכתב תלונה קצר לחנות שפרסמה הנחה שהתבררה כמדומה

כרטיס יציאה

מהי ההבדל בין מערכת 1 למערכת 2?

איך מזהים הנחה מדומה?

תנו דוגמה אחת לטכניקת שכנוע בפרסומת

איך הרגשתי בשיעור? ☹ 😐 🙂 😀