מהדורה למורה – מפתח תשובות

מטרות הדף:

- להבין את ההבדל בין החלטות רגשיות לרציונאליות בצרכנות
- להכיר טכניקות שיווק נפוצות ואת הזכויות של הצרכן
- לזהות סכנות של הונאות צרכניות ברשת ולדעת כיצד להתגונן מפניהן

גרסת חנ״מ – פחות פריטים, עד 3 אפשרויות בחירה, בנק מילים, גופן מוגדל ושורות כתיבה רחבות. מומלץ להקריא את ההוראות בקול ולעבוד חלק אחר חלק, בלי הגבלת זמן.

חלק א׳ – הבנה בסיסית

1. ב – רציונאלית
2. ב – קנייה מתוך דחף רגעי בלי מחשבה
3. ב – טכניקת שיווק מכוונת

חלק ב׳ – נכון או לא נכון

1. לא נכון – החלטה רציונאלית מבוססת על חשיבה והשוואה, לא על דחף
2. נכון – אושר קשור יותר לחוויות וקשרים מאשר לרכישת חפצים
3. נכון – חוק הגנת הצרכן מאפשר להגיש תלונות ולדרוש פתרון

חלק ג׳ – השלמת מילים

1. רגשית
2. צרכן
3. הונאה

חלק ד׳ – התאמה

1. – ג (מבוססת על השוואה ובדיקה)
2. – ד (מבוססת על דחף רגעי)
3. – א (מגן על זכויות הקונים)
4. – ב (ניסיון לגנוב מידע או כסף)

חלק ה׳ – סדר נכון

1. מקבלים הודעה שמבקשת פרטים אישיים ברשת
2. בודקים אם המקור מהימן ומוכר
3. לא מזינים פרטים אם יש חשד
4. מדווחים או חוסמים את השולח החשוד

חלק ו׳ – חשיבה והבעה

1. תשובה אישית המראה הבנה של ההבדל בין קנייה רגשית לרציונאלית

כרטיס יציאה – מה לחפש

- רציונאלית - חשיבה והשוואה; רגשית - דחף רגעי
- למשל מיקום מוצרים ליד הקופה או מבצעים בולטים
- לבדוק מהימנות המקור ולא למסור פרטים לפני כן

טיפים להפעלה:

- אפשר לפתוח את השיעור בדוגמה אישית של קנייה רגשית כדי לעורר דיון
- מומלץ לשלב דוגמאות מהחיים האמיתיים של התלמידים מהסופרמרקט או מהרשת
- בחלק הפתוח כדאי לעודד שיתוף בכיתה תוך שמירה על כבוד הדדי

דף תרגול: צרכנות מודעת וקבלת החלטות פיננסיות

דף התלמיד/ה חנ"מ

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

כל יום אנחנו מקבלים החלטות קנייה רבות, לפעמים מתוך מחשבה ולפעמים מתוך רגש. דף זה יעזור לכם להבין מה משפיע עלינו כצרכנים, מהן הזכויות שלנו ואיך נשמרים מהונאות.

בנק מילים: הונאה | צרכן | רגשית

1 חלק א׳ – הבנה בסיסית

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. החלטת קנייה המבוססת על השוואת מחירים ובדיקת צורך היא החלטה:

א) רגשית ב) רציונאלית ג) אקראית

2. מה מאפיין החלטת קנייה רגשית?

א) בדיקת מחירים במספר חנויות ב) קנייה מתוך דחף רגעי בלי מחשבה

ג) קריאת ביקורות מראש

3. מיקום מוצרי המתיקה ליד הקופה בסופרמרקט הוא דוגמה ל:

א) טעות בתכנון החנות ב) טכניקת שיווק מכוונת ג) חוק צרכנות מחייב

2 חלק ב׳ – נכון או לא נכון

סמנו ✔ נכון או ✘ לא נכון.

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
1	החלטה רציונאלית מתקבלת מתוך דחף רגעי.	☐	☐
2	מחקרים מראים שצריכה חומרית מוגזמת לא בהכרח מביאה לאושר ארוך טווח.	☐	☐
3	לצרכן יש זכות להגיש תלונה אם מוצר שקנה פגום.	☐	☐

3 חלק ג' – השלמת מילים

השלימו את המילה החסרה.

1. החלטה המבוססת על רגש ולא על חשיבה נקראת החלטה _____ .

2. החוק שמגן על זכויות הקונים נקרא חוק הגנת ה_____ .

3. ניסיון לגנוב כסף או מידע מקונה ברשת נקרא _____ צרכנית.

4 חלק ד' – התאמה

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

1. החלטה רציונאלית	___	**א.** מגן על זכויות הקונים
2. החלטה רגשית	___	**ב.** ניסיון לגנוב מידע או כסף
3. חוק הגנת הצרכן	___	**ג.** מבוססת על השוואה ובדיקה
4. הונאה ברשת	___	**ד.** מבוססת על דחף רגעי

5 חלק ה' – סדר נכון

מספרו את השלבים לפי הסדר הנכון (1, 2, 3...).

☐	בודקים אם המקור מהימן ומוכר
☐	מדווחים או חוסמים את השולח החשוד
☐	מקבלים הודעה שמבקשת פרטים אישיים ברשת
☐	לא מזינים פרטים אם יש חשד

6 חלק ו' – חשיבה והבעה

כתבו תשובה מלאה במשפטים שלמים.

1. תארו מקרה שבו קניתם משהו מתוך רגש ולא מתוך צורך אמיתי. מה הייתם עושים אחרת היום?

כרטיס יציאה

מהו ההבדל בין החלטת קנייה רציונאלית לרגשית?

תנו דוגמה אחת לטכניקת שיווק בסופרמרקט.

איך הרגשתי בשיעור? ☹ 😐 🙂 😀