



ΕΝΟΤΗΤΑ 2

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟΥ

ΑΛΦΑΒΗΤΙΣΜΟΥ



erasmediah.eu



**Co-funded by
the European Union**



Μάθημα 2.4

Αποδέσμευση από τη διαδικτυακή επιρροή: Κριτική σκέψη για το μάρκετινγκ των Influencer



ERASMEDIAH

Educational Reinforcement Against
the Social Media Hyperconnectivity



**Co-funded by
the European Union**

Μάθημα 2.4

Αποδέσμευση από τη διαδικτυακή επιρροή: Κριτική σκέψη για το μάρκετινγκ των Influencer

Στόχοι:

- Βοηθήστε τους νεαρούς μαθητές να κατανοήσουν πώς το μάρκετινγκ επηρεάζει την αγοραστική τους συμπεριφορά.
- Αναπτύξτε δεξιότητες κριτικής σκέψης για να αξιολογήσετε και να αμφισβητήσετε το περιεχόμενο που επηρεάζει.
- Ενδυναμώστε τους μαθητές να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με τις διαδικτυακές καταναλωτικές τους συνήθειες.

Βασικά μηνύματα:

- Το Influencer Marketing έχει σχεδιαστεί για να επηρεάζει τις αγοραστικές αποφάσεις, συχνά διακριτικά.
- Η κριτική σκέψη βοηθά στον εντοπισμό της κρυφής διαφήμισης και στην αντίσταση στις χειραγωγικές τακτικές.
- Η επίγνωση αυτών των επιρροών προάγει πιο υγιεινές και πιο σκόπιμες καταναλωτικές συνήθειες.



ΕΙΔΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:



Επισκόπηση μαθήματος



Σε αυτό το μάθημα, θα διερευνήσουμε πώς οι επιρροές των κοινωνικών μέσων διαμορφώνουν αυτό που αγοράζουμε. Μέσα από διαφορετικές δραστηριότητες, θα μάθουμε να σκεφτόμαστε κριτικά για το περιεχόμενό τους και να αποφασίζουμε μόνοι μας εάν αξίζει να ακολουθήσουμε τις συστάσεις τους.

Βήμα 1: Εντοπίστε τη διαφήμιση Influencer (10 λεπτά) - θα μάθουμε να εντοπίζουμε την κρυφή διαφήμιση σε αναρτήσεις επιρροής.

Βήμα 2: Αποκωδικοποίηση τακτικών Influencer (15 λεπτά) - θα κατανοήσουμε τις στρατηγικές που χρησιμοποιούν οι influencers για την εμπορία προϊόντων.

Βήμα 3: Δημιουργήστε τη δική σας διαφήμιση (10 λεπτά) - θα δημιουργήσετε μια διαφήμιση για να κατανοήσετε πώς λειτουργούν οι τεχνικές μάρκετινγκ.

Βήμα 4: Προβληματισμός και συζήτηση (5 λεπτά) - επιτέλους θα μοιραστούμε βασικά συμπεράσματα και θα συζητήσουμε βήματα που μπορούν να γίνουν για προσεκτική κατανάλωση.



Βήμα 1

Εντοπίστε τη διαφήμιση Influencer

Με αυτήν την πρώτη δραστηριότητα, θα μάθουμε πώς να εντοπίζουμε τις διαφημίσεις που κρύβονται στο περιεχόμενο των επιρροών. Οι influencers συχνά προωθούν προϊόντα διακριτικά και μερικές φορές είναι δύσκολο να πούμε αν κάτι είναι μια διαφήμιση ή απλώς μια κανονική ανάρτηση.

Θα δείτε μια σειρά από αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτά θα μπορούσαν να είναι εκτυπωμένα στιγμιότυπα οθόνης ή να εμφανίζονται σε μια οθόνη. Ρίξτε μια προσεκτική ματιά σε κάθε ανάρτηση.

Βήμα 1

Εντοπίστε τη διαφήμιση Influencer

Παραδείγματα τροχών και βίντεο από μέσα κοινωνικής δικτύωσης που περιέχουν ρητό, λιγότερο ρητό και κρυφό εμπορικό περιεχόμενο:

Μερικά από τα καλύτερα προϊόντα περιποίησης και μακιγιάζ που έχω χρησιμοποιήσει ποτέ

Λαζάνια κολοκυθιού βουτύρου

Δώρο 3D εκτυπωτή

Χριστουγεννιάτικη κάψουλα YessStyle

Φωτογραφία από Instagram Reel:





Βήμα 1

Εντοπίστε τη διαφήμιση Influencer

Χωριστείτε σε μικρές ομάδες. Μαζί, συζητήστε κάθε ανάρτηση και αποφασίστε: Είναι διαφήμιση ή όχι; Για κάθε ανάρτηση, προσπαθήστε να βρείτε στοιχεία που θα μπορούσαν να αποκαλύψουν αν πρόκειται για διαφήμιση.

Ακολουθούν μερικές συμβουλές για το τι πρέπει να αναζητήσετε:

Hashtags όπως **#ad**, **#sponsored**, **#gifted**, **#invited**, **#partner**.
Ορατά προϊόντα ή λογότυπα εμφανίζονται σε περίοπτη θέση.
Γλώσσα που ακούγεται διαφημιστική, όπως "Πρέπει να το δοκιμάσεις αυτό!"

Η διαφήμιση μπορεί να είναι λεπτή, αλλά με αυτές τις συμβουλές μπορείτε να μάθετε πώς να εντοπίζετε μερικές από τις ενδείξεις. Ερώτηση:

Γιατί πιστεύετε ότι οι **influencers** κάνουν τις διαφημίσεις τους να μοιάζουν με κανονικές αναρτήσεις;



Βήμα 2

Αποκωδικοποίηση της Τακτικής του Influencer

Οι influencers χρησιμοποιούν συχνά έξυπνες τακτικές για να πουλήσουν προϊόντα. Σε αυτήν τη δραστηριότητα, θα αποκαλύψουμε αυτές τις στρατηγικές και θα δούμε πώς λειτουργούν. Στο τέλος, θα μπορείτε να εντοπίσετε αυτές τις τεχνικές και να σκεφτείτε κριτικά πώς μπορεί να επηρεάσουν τις αποφάσεις σας.

Ας ξεκινήσουμε χωρίζοντας σε μικρές ομάδες. Κάθε ομάδα θα συνεργαστεί για να εξερευνήσει ορισμένες κοινές τακτικές μάρκετινγκ με επηρεαστές.



Βήμα 2

Αποκωδικοποίηση της Τακτικής του Influencer

Ακολουθεί μια γρήγορη επισκόπηση τριών κοινών τακτικών που χρησιμοποιούν οι επηρεαστές:

1. **Συναισθηματική έκκληση:** Σας κάνουν να νιώθετε χαρούμενοι, δροσεροί ή ιδιαίτεροι για να δημιουργήσετε μια θετική σχέση με το προϊόν.
2. **Σπανιότητα:** Λένε πράγματα όπως «Περιορισμένη έκδοση!» ή «Έμειναν μόνο λίγα!» για να κάνουν το προϊόν να φαίνεται πιο πολύτιμο ή επείγον.
3. **Κοινωνική απόδειξη:** Δείχνουν πόσοι άνθρωποι αγαπούν ή χρησιμοποιούν το προϊόν, κάνοντάς σας να νιώθετε ότι πρέπει να συμμετάσχετε κι εσείς.

Τώρα ανοίξτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιείτε συνήθως - το Instagram ή το TikTok, για παράδειγμα - και αναζητήστε παραδείγματα αυτών των τακτικών από διαφορετικούς παράγοντες επιρροής ή άτομα που ακολουθείτε στο διαδίκτυο.

Για παράδειγμα, μπορείτε να βρείτε έναν επηρεαστή ή μια διαφήμιση που χρησιμοποιεί συναισθηματική έλξη, έλλειψη ή κοινωνική απόδειξη; Συζητήστε αυτά τα παραδείγματα για περίπου 5 λεπτά και αποθηκεύστε τα για μετέπειτα κοινή χρήση.



Βήμα 2

Αποκωδικοποίηση της Τακτικής του Influencer

Κάθε ομάδα θα μοιραστεί τώρα τα ευρήματά της και θα εξηγήσει ποια τακτική χρησιμοποιήθηκε και γιατί πιστεύετε ότι λειτούργησε. Θα περιηγηθούμε στην αίθουσα, ώστε όλοι να έχουν την ευκαιρία να συνεισφέρουν.

Αφού εξερευνήσουμε αυτές τις τακτικές, ας σκεφτούμε:

- Πώς πιστεύετε ότι η αναγνώριση αυτών των στρατηγικών μπορεί να σας βοηθήσει να πάρετε πιο έξυπνες αποφάσεις;
- Υπάρχουν στιγμές που νιώθεις επηρεασμένος από αυτούς χωρίς να το καταλάβεις;

Την επόμενη φορά που θα δείτε έναν παράγοντα επιρροής να προωθεί ένα προϊόν, μπορείτε να σταματήσετε και να σκεφτείτε κριτικά αν είναι κάτι που πραγματικά χρειάζεστε ή απλώς έξυπνο μάρκετινγκ.



Βήμα 3

Κάντε τη δική σας διαφήμιση

Αυτές οι δραστηριότητες σας κάνουν να μπείτε στη θέση ενός influencer. Θα δημιουργήσετε μια διαφήμιση για ένα προϊόν της επιλογής σας. Αυτό θα σας βοηθήσει να δείτε πώς λειτουργούν πραγματικά οι στρατηγικές μάρκετινγκ όταν τις εφαρμόζετε.

Κρατήστε τις ίδιες μικρές ομάδες όπως πριν και ακολουθήστε τις οδηγίες.



Βήμα 3

Κάντε τη δική σας διαφήμιση

Οδηγίες:

1. Ξεκινήστε επιλέγοντας ένα προϊόν που αγαπάτε. Θα μπορούσε να είναι οτιδήποτε - το αγαπημένο σας σνακ, ένα παιχνίδι, ένα gadget ή ακόμα και μια μάρκα ρούχων.
2. Σκεφτείτε τις τακτικές μάρκετινγκ που συζητήσαμε νωρίτερα - συναισθηματική έλξη, έλλειψη ή κοινωνική απόδειξη. Πώς μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτές τις τακτικές για να πείσετε και άλλους να αγαπήσουν αυτό το προϊόν;
3. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το Canva ή μια παρόμοια εφαρμογή για να σχεδιάσετε τη διαφήμισή σας ψηφιακά, απευθείας από το κινητό ή το tablet σας. Είναι εξαιρετικά εύκολο και διασκεδαστικό στη χρήση!

Στο τέλος της δραστηριότητας, οι ομάδες θα μοιραστούν τις διαφημίσεις τους και θα πουν ποιο προϊόν επέλεξαν και πώς το διέθεσαν στην αγορά.

Βήμα 3

Κάντε τη δική σας διαφήμιση

Ας συζητήσουμε μαζί τα εξής:

- Ποιο ήταν το πιο διασκεδαστικό μέρος της δημιουργίας της διαφήμισής σας;
- Τι τακτικές μάρκετινγκ χρησιμοποιήσατε; Γιατί;
- Πώς πιστεύετε ότι αυτές οι τακτικές επηρεάζουν τις αγοραστικές αποφάσεις των ανθρώπων στην πραγματική ζωή;

Αυτή η δραστηριότητα δείχνει ακριβώς πόση σκέψη πηγαίνει στο μάρκετινγκ επιρροής. Η κατανόηση και η επίγνωση αυτών των στρατηγικών μάρκετινγκ σας βοηθά να κάνετε πιο έξυπνες επιλογές στο διαδίκτυο.



Βήμα 4

Αναστοχασμός: Εφαρμογή κριτικής σκέψης

Ας αναλογιστούμε τι μάθαμε με αυτό το μάθημα. Η κριτική σκέψη μας βοηθά να κάνουμε πιο έξυπνες επιλογές στο διαδίκτυο. Δεν είναι όλα όσα βλέπετε στο διαδίκτυο όπως φαίνονται!

Κάντε καταιγισμό ιδεών και απαντήστε στις ακόλουθες τελικές ερωτήσεις:

- Τι σας εκπλήσσει περισσότερο στο μάρκετινγκ με επιρροές;
- Πώς μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτά που έχετε μάθει για να είστε πιο έξυπνοι στο διαδίκτυο;
- Θα χρησιμοποιούσατε στρατηγικές μάρκετινγκ επιρροής στα social media σας, αν είχατε την ευκαιρία;

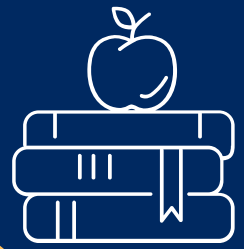
Συνεχίστε να αμφισβητείτε αυτό που βλέπετε και λάβετε αποφάσεις που είναι πραγματικά δικές σας.





Σύνοψη των βασικών συμπερασμάτων

- **Το μάρκετινγκ επιρροής έχει σχεδιαστεί για να επηρεάζει διακριτικά τη συμπεριφορά:** χρησιμοποιώντας συναισθηματικές εκκλήσεις, κοινωνική απόδειξη και σπανιότητα, οι παράγοντες επιρροής συχνά θολώνουν τα όρια μεταξύ ψυχαγωγίας και διαφήμισης.
- **Η κριτική σκέψη είναι απαραίτητη για την πλοήγηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** Η αναγνώριση των τακτικών μάρκετινγκ βοηθά τους εφήβους να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις και να αντιστέκονται σε χειραγωγικό περιεχόμενο.
- **Η ευαισθητοποίηση ενδυναμώνει τις καλύτερες διαδικτυακές συνήθειες:** Η κατανόηση του τρόπου λειτουργίας του περιεχομένου των επηρεαζόμενων ατόμων ενθαρρύνει τη συνειδητή κατανάλωση και την ανεξάρτητη λήψη αποφάσεων.



Οδηγίες για εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας, εκπαιδευτικούς και δασκάλους

Σκοπός:

Αυτό το μάθημα έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει τους εφήβους να αναλύσουν κριτικά τον αντίκτυπο του μάρκετινγκ επιρροής στην αγοραστική τους συμπεριφορά. Περιλαμβάνει διαδραστικές και πρακτικές δραστηριότητες που είναι εύκολο να διευκολυνθούν τόσο σε επίσημο όσο και σε άτυπο περιβάλλον. Προσαρμόστε τις δραστηριότητες ώστε να ταιριάζουν στις ανάγκες της ομάδας σας και ενθαρρύνετε την ανοιχτή συζήτηση καθ' όλη τη διάρκεια.

Υλικά που χρειάζονται:

- Προβολέας και οθόνη
- Ηχεία
- Φορητός υπολογιστής ή συσκευή για αναπαραγωγή βίντεο
- Flipchart ή λευκός πίνακας
- Μαρκadόροι και στυλό
- Φύλλα χαρτιού
- Smartphone ή tablet με πρόσβαση στο Canva





Βήμα 1: Εντοπίστε τη διαφήμιση Influencer (10 λεπτά)

Πριν από το εργαστήριο, συγκεντρώστε μια ποικιλία από παραδείγματα αναρτήσεων επιρροών (εκτυπωμένα στιγμιότυπα οθόνης ή εμφανίζονται σε μια οθόνη). μπορείτε είτε να χρησιμοποιήσετε τα παραδείγματα που παρέχονται σε αυτό το έγγραφο, τα οποία είναι στα Αγγλικά, είτε να αναζητήσετε βίντεο, αναρτήσεις και τροχούς στη γλώσσα σας. Εξοικειωθείτε με τις βασικές ενδείξεις για τον προσδιορισμό των διαφημίσεων: hashtags (#ad, #sponsored, #gift, κ.λπ.), ορατά προϊόντα/λογότυπα και προωθητική γλώσσα.

Για να διευκολύνετε αποτελεσματικά αυτήν τη δραστηριότητα, δημιουργήστε μια χαλαρή και συναρπαστική ατμόσφαιρα, πλαισιώνοντάς την ως μια διασκεδαστική πρόκληση για να αποκαλύψετε κρυφές διαφημίσεις σε αναρτήσεις επιρροής. Ενθαρρύνετε την ανοιχτή συζήτηση σε μικρές ομάδες, διασφαλίζοντας ότι όλοι έχουν την ευκαιρία να μοιραστούν τις παρατηρήσεις τους. Εάν δυσκολεύονται, καθοδηγήστε τους με ερωτήσεις όπως: "Παρατηρείτε hashtags ή τοποθετήσεις προϊόντων;" Τονίστε ότι ο στόχος είναι να σκέφτονται κριτικά, άρα δεν υπάρχουν λανθασμένες απαντήσεις αρκεί ο συλλογισμός τους να είναι ορθός. Κρατήστε τον ρυθμό ζωντανό για να διατηρήσετε την ενέργεια και να διασφαλίσετε ότι η δραστηριότητα ταιριάζει εντός του χρονικού ορίου.

Βήμα 2: Αποκωδικοποίηση της τακτικής του Influencer (15 λεπτά)

Για να διευκολύνετε αποτελεσματικά το Βήμα 2, ξεκινήστε δίνοντας έναν περίεργο και διερευνητικό τόνο. Βεβαιωθείτε ότι οι ομάδες κατανοούν τις τρεις βασικές τακτικές - Συναισθηματική Έκκληση, Σπανιότητα και Κοινωνική Απόδειξη - παρέχοντας σαφή, σχετικά παραδείγματα καθώς τις εισάγετε.





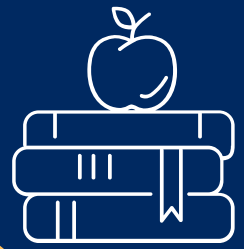
Ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να ανοίξουν τις προτιμώμενες πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης και να αναζητήσουν παραδείγματα από την πραγματική ζωή, καθοδηγώντας τους να εντοπίσουν και να συζητήσουν αυτές τις τακτικές στη δράση. Κυκλοφορήστε μεταξύ των ομάδων, προσφέροντας υποστήριξη και ωθώντας τους με ερωτήσεις.

Μόλις οι ομάδες είναι έτοιμες να μοιραστούν, διευκολύνετε έναν κύκλο παρουσιάσεων όπου κάθε ομάδα εξηγεί το παράδειγμα και το σκεπτικό της. Ολοκληρώστε με μια σύντομη συζήτηση σχετικά με το πώς η αναγνώριση αυτών των στρατηγικών μπορεί να οδηγήσει σε πιο έξυπνες, πιο συνειδητές αποφάσεις, ενισχύοντας τη σημασία της κριτικής σκέψης σχετικά με το περιεχόμενο των επηρεαζόμενων ατόμων.

Βήμα 3: Δημιουργήστε τη δική σας διαφήμιση (10 λεπτά)

Για να διευκολύνετε αποτελεσματικά το Βήμα 3, ξεκινήστε δίνοντας ενέργεια στην ομάδα και διαμορφώνοντας τη δραστηριότητα ως μια δημιουργική και παιχνιδιάρικη πρόκληση. Ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να διασκεδάσουν παίζοντας στο ρόλο των επιρροών, ενώ θα πρέπει να προσέχετε τις τακτικές μάρκετινγκ που έμαθαν νωρίτερα. Παρέχετε σαφείς οδηγίες και καθοδηγήστε τις ομάδες για την επιλογή σχετικών ή αγαπημένων προϊόντων και προσφέρετε υποστήριξη καθώς κάνουν καταιγισμό ιδεών και σχεδιάζουν τις διαφημίσεις τους. Βεβαιωθείτε ότι όλοι κάνουν λήψη ή έχουν πρόσβαση στο Canva και γνωρίζουν πώς να το χρησιμοποιούν. σε περίπτωση που κάποιος δεν θέλει να χρησιμοποιήσει το Canva, ενθαρρύνετε τις διαφημίσεις που σχεδιάζονται με το χέρι για μια επιλογή χαμηλής τεχνολογίας. Μετακινηθείτε στο δωμάτιο, παρατηρώντας την πρόοδό τους, παρέχοντας ενθάρρυνση και κάνοντας στοχαστικές ερωτήσεις όπως, "Πώς κάνετε τη διαφήμισή σας πειστική;"





Όταν οι ομάδες παρουσιάζουν τις διαφημίσεις τους, δημιουργήστε ένα υποστηρικτικό και θετικό περιβάλλον. Διευκολύνετε τη συζήτηση με προτροπές όπως, "Ποια τακτική χρησιμοποιήσατε και γιατί;" και «Πώς μπορεί αυτές οι στρατηγικές να επηρεάσουν τους ανθρώπους στην πραγματική ζωή;»

Βήμα 4: Αναστοχασμός: Εφαρμογή κριτικής σκέψης (5 λεπτά)

Διατηρήστε τον τόνο ενθαρρυντικό και στοχαστικό. Προτρέψτε τους συμμετέχοντες να μοιραστούν τις σκέψεις τους ανοιχτά, διασφαλίζοντας μια γρήγορη αλλά ουσιαστική συζήτηση. Χρησιμοποιήστε τις παρεχόμενες ερωτήσεις για να καθοδηγήσετε τον καταιγισμό ιδεών και επικυρώστε όλες τις συνεισφορές για να δημιουργήσετε έναν ασφαλή χώρο για κοινή χρήση.





Δραστηριότητα παρακολούθησης:

Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να αναλογιστούν τις δικές τους συνήθειες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ζητήστε τους να γράψουν μια σύντομη καταχώριση ημερολογίου (περίπου μία σελίδα) απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις:

- **Ποιους τύπους περιεχομένου επηρεασμού συναντάτε πιο συχνά;**
- **Πώς νιώθετε όταν βλέπετε αναρτήσεις που προωθούν προϊόντα ή υπηρεσίες;**
- **Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο αντίκτυπος του μάρκετινγκ επιρροής στις επιλογές σας;**

Ενθαρρύνετε τους να είναι ειλικρινείς και στοχαστικοί στις σκέψεις τους, βοηθώντας τους να σκεφτούν κριτικά τις διαδικτυακές τους εμπειρίες.

Συμβουλές για εκπαιδευτικούς:

Διαχείριση χρόνου: Διατηρήστε κάθε ενότητα σε καλό δρόμο.

Ενθαρρύνετε τη Συμμετοχή: Προσελκύστε πιο ήσυχους μαθητές προσκαλώντας τους να μοιραστούν ιδέες.





Παραπομπές

- APA - Protecting Teens on Social Media - American Psychological Association, 2023. Link: <https://www.apa.org/monitor/2023/09/protecting-teens-on-social-media>
- US Insider - The Influence of Influencers: Understanding Their Impact on the Youth - US Insider, 2024. Link: <https://usinsider.com/the-influence-of-influencers-understanding-their-impact-on-the-youth/>
- Smith, A. – The Impact of Influencer Marketing on Social Media Users – Pew Research Center, 2022. Link: <https://healthyeatingresearch.org/wp-content/uploads/2022/03/HER-Kid-Influencer-Brief-030322.pdf>





ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Επιλέξτε τη σωστή απάντηση για κάθε ερώτηση για να ελέγξετε την κατανόησή σας για το περιεχόμενο του εργαστηρίου. Μόνο μία επιλογή είναι σωστή για κάθε ερώτηση.

1. Ποια είναι μία από τις κύριες στρατηγικές που χρησιμοποιούν οι influencers για να κάνουν τις αναρτήσεις μάρκετινγκ να μοιάζουν με κανονικό περιεχόμενο;

- A) Χρήση τυχαίων hashtag
- B) Κάνοντας τη δημοσίευση να μοιάζει με προσωπική ιστορία
- Γ) Δημοσίευση χωρίς φωτογραφίες
- Δ) Αποφυγή χρήσης λεζάντες

2. Ποιο από τα παρακάτω είναι σαφές σημάδι ότι μια ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πιθανότατα διαφήμιση;

- A) Η ανάρτηση εμφανίζει ένα προϊόν χωρίς περιγραφή ή hashtags
- B) Η ανάρτηση περιλαμβάνει hashtags όπως #ad, #sponsored ή #gifted
- Γ) Η ανάρτηση χρησιμοποιεί emoji μόνο χωρίς να αναφέρει κανένα προϊόν
- Δ) Η ανάρτηση κοινοποιείται από πολλούς φίλους

3. Σε τι πρέπει να εστιάσετε όταν προσδιορίζετε εάν μια ανάρτηση είναι διαφήμιση ή όχι;

- A) Ο αριθμός των likes που λαμβάνει η ανάρτηση
- B) Αν ο influencer ποζάρει με ένα προϊόν ή ένα λογότυπο
- Γ) Ο αριθμός των followers του influencer
- Δ) Η ημερομηνία δημοσίευσης της ανάρτησης





ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

4. Γιατί οι influencers κάνουν τις διαφημίσεις τους να μοιάζουν με κανονικές αναρτήσεις;

- A) Για να φαίνονται πιο αυθεντικά και αξιόπιστα
- B) Για να μειώσουν τον αριθμό των like στην ανάρτηση
- Γ) Για να φαίνονται πιο επαγγελματίες
- Δ) Για να μπερδέψουν τους followers τους

5. Ποιο από τα παρακάτω αποτελεί βασικό στοιχείο αυτού του εργαστηρίου σχετικά με το μάρκετινγκ επιρροής;

- A) Οι Influencers δεν πληρώνονται ποτέ για να προωθήσουν προϊόντα
- B) Όλες οι αναρτήσεις influencer είναι προφανείς διαφημίσεις
- Γ) Η κριτική σκέψη σε βοηθά να κάνεις πιο έξυπνες επιλογές όταν βλέπεις περιεχόμενο επηρεασμού
- Δ) Το Influencer marketing δεν επηρεάζει τις επιλογές των νέων





Λύσεις

Ερώτηση 1: B

Ερώτηση 2: B

Ερώτηση 3: B

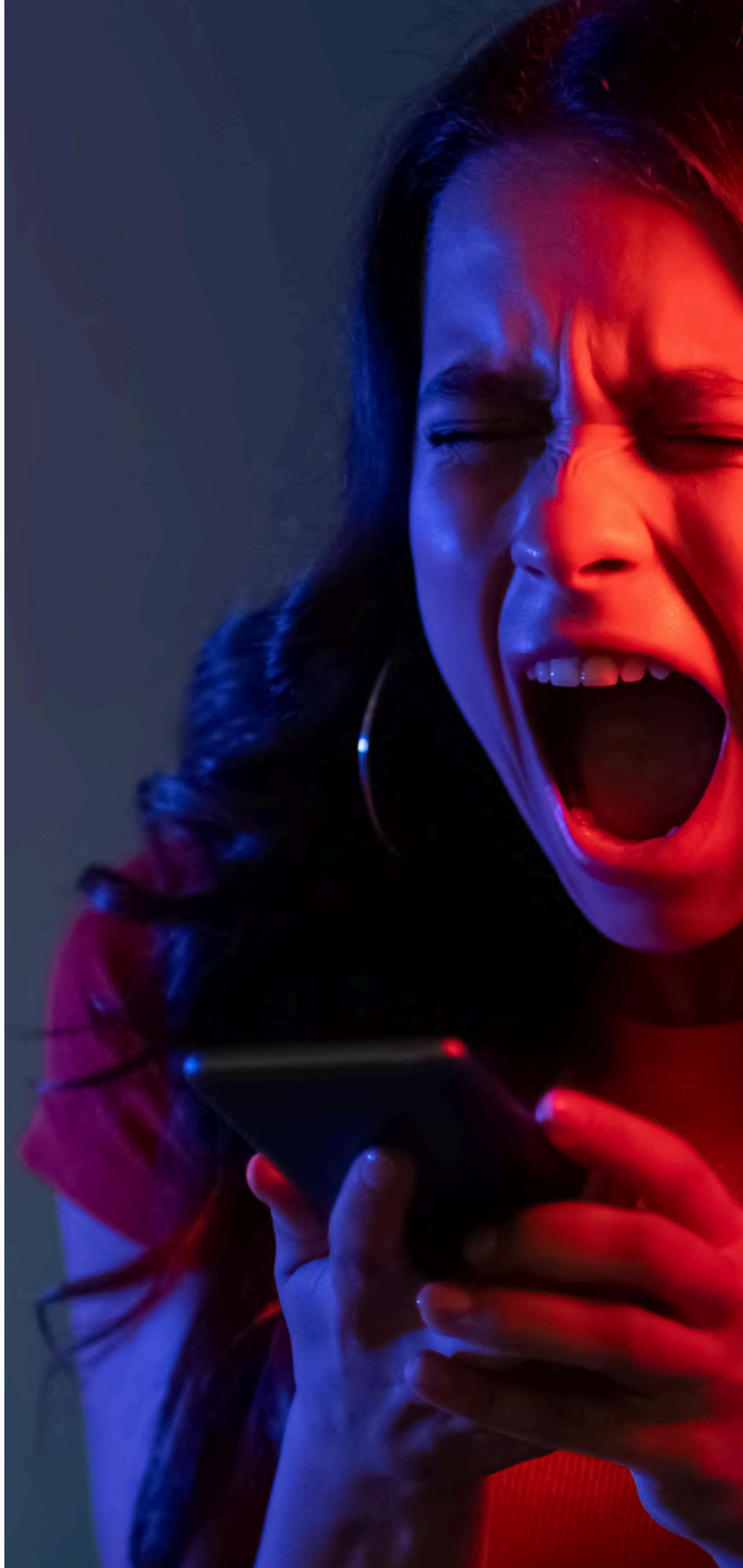
Ερώτηση 4: A

Ερώτηση 5: Γ





Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.