|  |
| --- |
| À propos de cette leçon |
| Les élèves analyseront les facteurs qui ont une influence sur les produits qu’ils aiment acheter. Cette leçon encourage les élèves à se voir comme le public cible des messages de divers textes médiatiques diffusés par différentes marques et à prendre conscience de ce que les spécialistes du marketing font pour retenir leur attention. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Niveau scolaire** | **Cours/matières** | **Objectif d’apprentissage** | **Durée****suggérée** |
| 6 | Français, 1re à la 8e année (2006)Mathématiques, 1re à la 8e année (2005) | À la fin de cette leçon, les élèves pourront : * analyser les facteurs qui influencent les dépenses.
 | 40 à 50 minutes |

|  |
| --- |
| Liens avec le curriculum |
| Français, 1re à la 8e année (2006) Langue L’éducation aux médias 1.1 Expliquer comment une variété de textes médiatiques atteignent leur objectif et le public ciblé. 1.4 Expliquer pourquoi différents publics pourraient réagir différemment à divers textes médiatiques.Mathématiques, 1re à la 8e année (2005)MathématiquesTraitement des donnéesRecueillir et organiser des données primaires et secondaires catégoriques, discrètes ou continues et représenter les données à l’aide de tableaux et de graphiques.Déterminer, par voie d’enquête, de la façon dont un ensemble de données représente une population, en fonction de la méthode qui a été utilisée pour recueillir les données.  |

|  |
| --- |
| Question d’enquête |
| Comment les entreprises communiquent-elles avec les consommateurs pour influencer les dépenses, et comment pouvons-nous mieux prendre conscience de ces influences? |

|  |
| --- |
| Matériel |
| * Exemplaires pour les élèves du document « Facteurs qui influencent les dépenses » (annexe A)
* Grande feuille de papier
* Modèle du papier graphique (annexe B)
* Grands feuillets autoadhésifs
* Petits feuillets autoadhésifs
 |

| **Durée**(min.) | **Déroulement de la leçon** | **Évaluation comme et au service de l’apprentissage** (auto-évaluation/évaluation par les pairs/le personnel enseignant) |
| --- | --- | --- |
| MISE EN SITUATION |
| 5 à 10 minutes | CLASSE ENTIÈREActivité : Les marques collantes Placer une grande feuille de papier à l’avant de la classe. Diviser le papier en deux et écrire « Marques que nous aimons » du côté gauche et « Marques concurrentes » du côté droit. Distribuer deux grands feuillets autoadhésifs à chaque élève. Demander aux élèves d’inscrire sur un de leurs feuillets la marque d’un article courant (vêtement, aliment, sac à dos, appareil électronique, etc.) qu’ils aiment. (Au besoin, donner quelques exemples pour expliquer ce qu’on entend par « marque ».)Inviter les élèves à coller leur feuillet autoadhésif sur la grande feuille de papier sous le titre « Marques que nous aimons ». Lorsque les élèves ont terminé, leur poser la question suivante : « Pourquoi aimez-vous ces marques? » Une fois que les élèves ont donné leurs commentaires, leur demander d’inscrire sur leur deuxième feuillet une marque qui fait concurrence à celle qu’ils ont nommée l’exercice précédent. (Encourager les élèves à travailler ensemble s’ils ont de la difficulté à trouver une marque concurrente par eux-mêmes.) Inviter les élèves à coller leur deuxième feuillet autoadhésif sur la grande feuille de papier, sous le titre « Marques concurrentes », vis-à-vis de leur premier feuillet. | Observations et remarques |

| **Durée**(min.) | **Déroulement de la leçon** | **Évaluation comme et au service de l’apprentissage** (auto-évaluation/évaluation par les pairs/le personnel enseignant) |
| --- | --- | --- |
| MISE EN SITUATION (suite) |
|  | Contexte d’apprentissage :* Connaissance de base de la création d’un graphique à bande.
* Discussion du concept d’audience (qui regroupe-t-elle?).
* Une connaissance du concept de « marque » (Que voulons-nous dire par « marque »? Assurez-vous de donner des exemples multiples provenant de différentes compagnies.)
 |  |
| ACTION |
| 20 à 30 minutes | CLASSE ENTIÈREGénérer une brève discussion en classe en demandant aux élèves pourquoi ils ont choisi une marque en particulier. Notez leurs idées au tableau sous le titre, « Pourquoi achetons-nous ? ». |  |
|  | Activité : Préparation du sondage Distribuer le document « Facteurs qui influencent les dépenses » (annexe A) aux élèves. Leur expliquer qu’ils y trouveront une liste de certains des principaux facteurs ayant un effet sur nos habitudes de consommation. Demander à un volontaire de lire à voix haute les facteurs à la classe. Prendre le temps d’expliquer chacun des facteurs. Demander aux élèves de comparer la liste des facteurs indiqués dans le document la liste dressée au tableau. Quels éléments sont semblables? Quels éléments sont différents? | Recueillir : Ce qui influence nos dépenses? (annexe A) |
|  | CLASSE ENTIÈREActivité : Sondage réalisé au moyen de petits feuillets autoadhésifs Inviter les élèves à remplir individuellement le tableau (question 1) de l’annexe A en cochant la colonne appropriée pour indiquer le degré d’influence de chaque facteur sur leurs habitudes de consommation. | Modèle du papier graphique (Annexe B) |

| **Durée**(min.) | **Déroulement de la leçon** | **Évaluation comme et au service de l’apprentissage** (auto-évaluation/évaluation par les pairs/le personnel enseignant) |
| --- | --- | --- |
| ACTION (suite) |
|  | Dessiner un axe des x et un axe des y sur une grande feuille de papier graphique. Nommer l’axe des x « Facteurs ayant une influence sur les habitudes de consommation de la classe » et l’axe des y « Nombre d’élèves » (voir le modèle de l’annexe B). Écrire le titre du graphique « Facteurs ayant une influence sur les dépenses des élèves. » Ajouter ensuite les valeurs de 1 à 10 sur l’axe des x (une valeur par facteur). Veiller à ce qu’il y ait le plus d’espace possible entre les valeurs et que ces dernières soient espacées de façon égale. Placer la feuille de papier graphique à l’avant de la classe. Distribuer des petits feuillets autoadhésifs à chaque élève. Dire aux élèves qu’ils créeront un diagramme à bandes à l’aide des petits feuillets pour représenter les réponses de la classe. Inviter les élèves à se lever à tour de rôle pour coller leurs petits feuillets autoadhésifs sur la feuille de papier graphique en fonction de leurs réponses. Ils doivent coller un feuillet pour chaque facteur qui a un effet (grande ou faible influence) sur leurs habitudes de consommation. Les feuillets doivent être placés à la verticale, l’un au-dessus de l’autre, de manière à créer un diagramme à bandes. Par exemple, si le premier élève a collé ses feuillets sur le papier graphique a indiqué à l’annexe A que les facteurs 1, 3, 4 et 8 ont une grande ou une faible influence sur ses habitudes de consommation, il placera un feuillet juste au-dessus de l’axe des X, vis-à-vis de chacun de ces chiffres. Le prochain élève fera de même, soit en ajoutant un feuillet au-dessus du feuillet collé par l’élève précédent (et touchant à ce feuillet), soit en commençant une nouvelle « bande » pour un des facteurs qui n’ont pas encore été choisis. Le diagramme à bandes sera complet lorsque tous les élèves auront collé leurs feuillets sur le papier graphique.Les étudiants ont terminé leurs propres graphiques à barres (annexe B) à l’aide de leurs informations. |  |

| **Durée**(min.) | **Déroulement de la leçon** | **Évaluation comme et au service de l’apprentissage** (auto-évaluation/évaluation par les pairs/le personnel enseignant) |
| --- | --- | --- |
| COMPTE RENDU ET CONSOLIDATION |
| 5 à 10 minutes | **Remarque :** Rappeler aux élèves que les bandes du diagramme ne doivent pas se toucher (il doit y avoir de l’espace entre les bandes).CLASSE ENTIÈREÀ l’aide du diagramme à bandes, animer une courte discussion au sujet des facteurs qui ont le plus d’effet sur les habitudes de consommation de la classe. Selon les élèves, pourquoi ces facteurs ont-ils plus d’influence que les autres?Discussion de classe Poser les questions suivantes aux élèves : 1. Parmi les facteurs énumérés au tableau et dans le document, lesquels vous sont communiqués au moyen de textes médiatiques (par exemple, coût de l’objet, publicité, aubaine ou vente à prix réduit, nom d’une marque, d’un designer ou d’une compagnie, mode ou tendance actuelle)?
2. Quels textes médiatiques vous transmettent ces renseignements? (Inscrire au tableau tous les types de textes médiatiques mentionnés par la classe.) Expliquer que les élèves aiment les marques inscrites sous le titre « Marques que nous aimons » parce qu’ils font partie du public cible de ces textes médiatiques.
3. Comment les spécialistes du marketing et de la publicité de ces marques utilisent-ils ces textes médiatiques pour attirer votre attention?
4. Comment les spécialistes du marketing et de la publicité feraient-ils pour attirer plutôt l’attention de vos parents ou tuteurs?
 |  |
|  | **Carte de sortie** Demander aux élèves de répondre aux questions 2 et 3 du document « Facteurs qui influencent les dépenses » (annexe A) avant de sortir de la classe. Recueillir les documents remplis et les évaluer. | Carte de sortie (annexe A) |

|  |
| --- |
| Facteurs qui influencent les dépenses |
| 1. **Cochez la colonne appropriée** pour indiquer le degré d’influence que les facteurs ci-dessous ont sur vos décisions d’achat.

|  |  |
| --- | --- |
| Facteurs ayant un effet sur les habitudes de consommation | Influence |
| Grande | Faible | Aucune |
| 1. Coût de l’objet à acheter. |  |  |  |
| 2. Publicité dans les médias (télévision, Internet, magazines, etc.) |  |  |  |
| 3. Approbation des parents ou tuteurs |  |  |  |
| 4. Aubaine ou vente à prix réduit |  |  |  |
| 5. Qualité de l’objet (durabilité, finition, etc.) |  |  |  |
| 6. Nom d’une marque, d’un designer ou d’une compagnie |  |  |  |
| 7. Approbation des amis ou des pairs |  |  |  |
| 8. Promotion en magasin, démonstration, échantillon, prime |  |  |  |
| 9. Rapport de consommation, test de performance |  |  |  |
| 10. Mode ou tendance actuelle |  |  |  |

1. **Nommez trois moyens** utilisés par les spécialistes du marketing et de la publicité pour susciter VOTRE intérêt à l’égard de leur produit.
2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
5. Nommez **deux choses** apprises aujourd’hui qui auront un effet sur la façon dont vous dépenserez votre argent à l’avenir.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

**ANNEXE A**

|  |
| --- |
| Chart Paper Template: Teacher Resource |
| C:\Users\Kris\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Word\graph-paper-template-pdl6yytu.pngFacteurs qui influent sur les habitudes de dépenses dans la classeNombre d’élèves |

**ANNEXE B**