


Atividade de curta duração		Vamos às compras!	
Autor	Jesús Melgar Tito, Espanha		
Tema	Participar na Internet		
Competências	Competências de matemática e competências básicas em ciências e tecnologia / Comunicação na língua materna / Competência digital		
Grau de dificuldade	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil <input checked="" type="checkbox"/> Médio <input type="checkbox"/> Difícil		
Grupo Etário	13-15 anos		
Duração	Séries de duas aulas		
Objetivo desta aula	<ul style="list-style-type: none"> • Fornecer aos alunos informações sobre o comércio eletrônico. • Incentivar os alunos a refletir sobre as vantagens e as desvantagens das compras <i>online</i>. • Comparar o comércio online com o comércio tradicional. 		
Introdução	Como acham que seria o primeiro comprador online? Alguém com muitas competências técnicas? Alguém com formação em informática? Ficariam surpreendidos: apresento-vos a Jane Snowball que, em maio de 1984, usou a televisão para efetuar a primeira compra <i>online</i> . Encomendou apenas manteiga, cereais e ovos de um supermercado próximo.		
Ferramentas	Computadores com acesso à internet, Projetor, Flipchart.		
Processo			
Aula 1	O perfil		
Passo 1 – (5 minutos)	Procurar informações sobre o perfil dos compradores online dos dias de hoje (idade, sexo, gostos, etc.). A Sra. Snowball corresponde a este perfil? O comércio eletrônico em números		
	 <p>The infographic displays the following key data points:</p> <ul style="list-style-type: none"> Europe: 4 949.1 bn (16.5%), 4 927.9 bn (16.7%) EU28: 4 949.1 bn (16.5%) EU27: 4 927.9 bn (16.7%) 2.2% eGDP (€ 109.9 bn in 2013) 816 million people live in Europe 565 million people use the internet 264 million people are e-shoppers 2.28 million e-commerce businesses € 563.1 bn (10.8% of EU28 GDP) 2.2 billion mobile phone users 3.7 billion people use social media Top 3 ranked e-commerce countries: <ul style="list-style-type: none"> Germany: € 305,000 France: € 215,000 United Kingdom: € 210,000 Top e-commerce categories: <ul style="list-style-type: none"> Germany: € 20,000 France: € 18,000 United Kingdom: € 17,000 		
	Fonte: Ecommerce Europe http://www.ecommerce-europe.eu/home		

Passo 2 – (20 minutos)

(Trabalho de grupo) Analisar as informações no infográfico anterior.

Analisar o número de compradores *online* europeus. Qual a percentagem de habitantes que compra *online*? Será semelhante ao que acontece com os teus amigos ou familiares?

Peça aos alunos que recolham informação junto dos colegas e respondam às perguntas seguintes:

- Calcula a percentagem de compradores online na sala de aula.
- Observa os dados sobre a média de gastos de cada comprador. A média da tua aula é semelhante?

Existe uma grande diferença entre a Europa ocidental e outras zonas da Europa. E qual será a explicação para isto?

Passo 3 – (20 minutos)

Nem sempre foi assim. Procura informações e cria um gráfico com o número de habitantes, o número de pessoas que usa a internet e a percentagem de compradores *online* nos últimos 5 anos. O aumento no número de compradores foi proporcional em cada ano? Traça uma previsão do que poderá acontecer nos próximos cinco anos.

Na imagem existem alguns dados relativos ao número de trabalhadores relacionados com o comércio eletrónico. Qual é a tua opinião sobre o assunto? O aumento na utilização do comércio online tem algum impacto nas lojas do comércio tradicional?

Aula 2

Comércio tradicional vs na internet

Passo 1 – (10 minutos)

Compara o comércio *online* com o comércio tradicional.

Já alguma vez compraste algum produto *online*? Porque é que fizeste uma compra *online* em vez de te dirigires a uma loja tradicional na sua localidade? No que diz respeito aos direitos, temos os mesmos direitos quando compramos na Internet e quando compramos numa loja tradicional? Pensa numa loja que esteja perto de tua casa. Como poderiam vender os seus bens *online*?

Passo 2 – (10 minutos)

Preenche o quadro seguinte com os prós e os contras das compras *online*.

Prós	Contras
1. Comprar um produto típico de outro local.	1. Não sei se as roupas me assentariam bem.

O que compramos?

Entre várias coisas estranhas vendidas e compradas através da Internet podemos, podemos constatar que alguém pagou 28.000 dólares americanos por uma sanduíche com a cara da Virgem Maria e 14.000 dólares americanos por uma pastilha elástica usada que pertenceu à Britney Spears. Num outro caso, mais de 24.000 pessoas licitaram para verem a sua publicidade exibida permanentemente no corpo de uma mulher; por fim, a goldenpalace. com pagou 37.375 dólares americanos para que o seu logo fosse tatuado na testa da Kari Smith.

Passo 3 – (10 minutos)

Alguma vez tentaste vender um jogo de vídeo antigo que já não usas? Qualquer pessoa pode vender *online* ou achas que tem de ser uma empresa a fazer isso? Qual consideras ser o produto que melhor se vende na Internet?

Conversa com os teus colegas sobre o assunto: qualquer coisa pode ser vendida *online* ou há limites? Nesse caso, quais são os limites e quem deverá decidir sobre eles?

Passo 4 – (10 minutos)

Existem formas de pagamento diferentes quando compramos *online*, desde o pagamento no ato de entrega ao cartão de crédito ou à transferência bancária. Procura informação sobre os portais de pagamento (Paypal, Google Wallet, etc). O que são e quais as suas vantagens?

Para além destes métodos, existem ainda várias *apps* para *tablets* e *smartphones* que permitem compras *online* seguras. Pesquisa algumas destas *apps*. Seria possível haver um mundo sem dinheiro?

Passo 5 – (5 minutos)

Imagina que um dos teus amigos está a fazer compras *online* e está a comprar tudo e mais alguma coisa, incluindo *apps*, músicas descarregadas e programas de software. Com base nas aulas anteriores, o que poderás partilhar com um colega sobre as compras *online*? Porque é que é importante dizer a esse amigo para pensar antes de comprar? Ou, melhor ainda, porque é que deves dizer ao teu amigo para perguntar primeiro aos pais antes de comprar seja o que for?