

Monetizace dat: bezplatný obsah = vy jste produkt

Doporučeno pro použití v předmětech:

Informatika, Mediální výchova, Občanská výchova, Výchova ke zdraví, Český jazyk, Ekonomika

Cílová skupina	Studenti gymnázia / studenti obchodní nebo ekonomické akademie (ve věku 15–18 let)
Témata	Spotřebitelské povědomí, digitální etika, modely financování reklam, profilování zákazníků, debata
Velikost skupiny	Vhodné pro jakoukoliv skupinu nebo třídu.
Požadavky na předchozí znalosti	Základní znalosti digitálních služeb a online reklamy Pojem osobních údajů Základní dovednosti kritického myšlení
Výukové cíle z kurikula DataPro	A.1 Přeměna dat na aktivum ● <i>Zacházení s daty jako s online měnou</i> Pochopení hodnoty osobních údajů, stejně jako hodnoty peněz. To zahrnuje rozpoznání toho, kdy a jaké údaje jsou zpracovávány online službami, pochopení toho, jak mohou být osobní údaje zpeněženy, znalost rizik spojených se zneužíváním osobních údajů a informované rozhodování o sdílení údajů. ● <i>Povědomí o monetizaci</i> Seznámení se s hlavními způsoby, jak společnosti vydělávají peníze na osobních a souhrnných údajích, například prostřednictvím reklamních platforem a zlepšování cílené reklamy (včetně politické reklamy). Uvědomění si, že mnoho bezplatných komunikačních služeb (jako jsou sociální média) a online obsah jsou placeny z reklamy nebo prodeje uživatelských dat. Tento ekonomický model se opírá o zpeněžování osobních údajů.

	A.4 Povědomí o kontrole chování ● <i>Povědomí o mechanismu</i> Uvědomění si, že mnoho digitálních platforem používá k ovlivňování chování uživatelů psychologické taktiky, jako je například poštuchování, gamifikace a manipulace. Rozpoznání těchto taktik pro zamezení nepřiměřeného ovlivňování. Uvědomění si, že vzorce používání a související nástroje lze využít k optimalizaci online služeb a cílené reklamy. To zahrnuje sledování chování uživatelů za účelem poskytování personalizovaného obsahu.
Další specifické výukové cíle	N/A
Časový rámec	Jedna vyučovací hodina (cca 45 minut)
Technické požadavky	Dataprojektor a přístup k internetu
Výukové materiály a nástroje z programu DataPro	Monetizace dat: Cílení reklamy podle chování uživatele
Další specifické výukové materiály	Neuvedeno
Návrhy na strukturu lekce / metodický postup	Simulace cílené reklamy (15 minut) Použijte digitální aktivitu Monetizace dat: Cílení reklamy podle chování uživatele, abyste ukázali, jak online chování ovlivňuje reklamy, které lidé vidí. Postupně představujte jednotlivé fiktivní uživatelské profily a dejte studentům chvíli na prohlédnutí dostupných reklam. Požádejte je, aby vybrali, která reklama se podle nich k danému profilu nejlépe hodí, a krátce vysvětlili proč. Po sdílení odpovědí odhalte správnou kombinaci kliknutím na další snímek. Po dokončení aktivity vysvětlete: Ted, když jsme viděli, jak cílení reklamy funguje v praxi, se podíváme na etické otázky a možná rizika těchto systémů.

	Diskuse o etice cílené reklamy (20 minut) Studenti se zapojí do debaty o etice a rizicích cílené reklamy. Podle velikosti třídy můžete zvolit: ● celotřídní debatu (rozdělenou na dvě protichůdné skupiny) ● nebo diskusi ve dvojicích/skupinách s následnou společnou zpětnou vazbou. Zobrazte následující diskusní otázky a dejte studentům 5 minut na přípravu odpovědí. Podle času můžete využít všechny nebo jen některé otázky: ● Měly by firmy vydělávat na vašich datech, pokud to znamená, že služby zůstanou zdarma? ● Je cílená reklama chytrým využitím technologií, nebo porušením soukromí? ● Kdo by měl rozhodovat o tom, co je etické – technologické firmy, nebo uživatelé? ● Přijali byste větší soukromí, i kdyby to znamenalo méně relevantní reklamy? ● Personalizovaná reklama je spíš užitečná než škodlivá. Závěr: Třídní hlasování (5 minut) Zeptejte se studentů: ● Zvedněte ruku, pokud si myslíte, že cílená reklama je převážně dobrá věc. ● Zvedněte ruku, pokud si myslíte, že je to spíše špatná věc. ● Zvedněte ruku, pokud si nejste jistí nebo si myslíte, že to záleží na okolnostech. Krátká reflexe: ● Změnil někdo během hodiny svůj názor? ● Proč si myslíte, že na to mají lidé různé názory?
--	--





DataPro Sylaby
Monetizace dat: WP2
bezplatný obsah = vy
jste produkt

Instituce	ProEduca z.s.
Projekt	DataPro
Úroveň šíření	Veřejná
Datum	Červen 2025
Autoři	Pippa Thompson



Spolufinancováno
Evropskou unií

Financováno Evropskou unií. Názory vyjádřené jsou názory autora a neodrží nutně oficiální stanovisko Evropské unie či Evropské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani EACEA za vyjádřené názory nenese odpovědnost.