



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Plano de aula **AGAINST ONLINE SLAVERY (2019-1-FI01-KA229-060725)**

País + Escola:	Finlândia- Pieksämäki high school		
Professor/a(es/as)	Vesa Vahtermo		
Disciplina:	Estudos Sociais		
Tema:	Youtube – Influenciador de Marketing		
Faixa Etária:	15-18	Duração:	45 minutos

Objetivos da aula/ conhecimentos adquiridos:

YOUTUBING

Os alunos aprenderão a identificar quatro formas de influenciar os meios de comunicação social:
suscitar emoções fortes;
simplificação da informação e das ideias;
responder às necessidades e valores do público-alvo,
atacar os adversários.

Resumo das tarefas/ Atividades

Discussão do tema em grupo:

- Definição de “YOUTUBING”;
- Os alunos estão familiarizados com este fenómeno?
- Os alunos têm conhecimento que os “YOUTUBERS” são pagos pela colaboração comercial prestada, ou seja, para a promoção dos seus produtos?
- criar conteúdos que influenciam, promovam mudanças ou tragam uma nova visão para o comportamento de seus seguidores.
- Quais são os objetivos do marketing e da publicidade da empresa?
- Porque é que são escolhidos ,especificamente , estes youtubers?
- O termo influenciador no marketing é familiar?
- Qual o papel do influenciador no marketing ?

Para resumir, as empresas utilizam os **influenciadores** para aumentar o reconhecimento da marca e divulgar os seus produtos/serviços, levando-os a potenciais clientes.É criar conteúdos que influenciam, promovam mudanças ou tragam uma nova visão para o comportamento dos seus seguidores.

As decisões de compra dos consumidores baseiam-se frequentemente nas recomendações provenientes de um círculo de amigos: um youtuber que seja admirado , age como um recomendador e a sua lealdade e honestidade para com os seus fãs é de confiança. O objetivo é tornar o conteúdo de marketing e publicidade autêntico, adequado para o canal youtube do tubo: Os youtubers fazem-no muitas vezes eles próprios ou, pelo menos, envolvem-se na concepção do conteúdo.

Por lei, a publicidade (incluindo a colocação ou o patrocínio de produtos) deve também ser claramente assinalada nos vídeos de cooperação comercial.

Materiais/ Recursos

Um computador com acesso à internet

Refêrências / teorias/ metodologías/ estratégias de ensino:

www.youtube.com

Avaliação dos objetivos adquiridos

Trabalho de grupo:

- Ajudar os alunos a procurar um vídeo do YouTube com colaboração comercial (publicidade e marketing) criar pequenos grupos de 3-4 pessoas.

TAREFA:

Analisar o marketing ou a publicidade existente no vídeo:

- O que é comercializado e para quem?
- Quais são os meios utilizados para atrair telespectadores para adquirir um produto / serviço?
- Que outros canais de marketing foram anunciados para além do vídeo (por exemplo, outros canais, concursos de website, etc.)?

Tarefa BONUS

Criar e orientar pequenos grupos para fazerem um vídeo publicitário de curta duração.