



Comment la publicité numérique
essaie d'être la plus pertinente
possible

Atelier 1 : La publicité contextuelle

Je décris les publicités que j'ai observées, les sites sur lesquels je les ai vues et le lien entre la publicité et le contenu du site.

Publicité	Site	Lien publicité - contenu

Je liste les produits ou services dont je pourrais voir une publicité sur les sites suivants :

Site	Publicité pour un produit ou service en lien avec le contenu du site
Sports en extérieur	
Recettes de pâtisserie	
Tutoriels de bricolage	
Voyages	
Animaux de compagnie	

Atelier 2 : Comment un moteur de recherche traite les requêtes

Préparation :

Les navigateurs internet utilisés :

- Google Chrome
- Microsoft Edge
- Safari
- Mozilla Firefox
- Opera
-

Les mots-clés choisis par la classe :

--

Je liste les résultats obtenus et je compare :

Même requête, navigateurs différents

Même requête, même navigateur, ordinateurs différents

Recherche	Ordinateur	Navigateur	Captures écran	
			Similitudes / différences Résultats requête	Similitudes / différences Liens sponsorisés
Mot-clé 1	Ordinateur I	Navigateur A		
		Navigateur B		
	Ordinateur II	Navigateur A		
		Navigateur B		
Mot-clé 2	Ordinateur I	Navigateur A		
		Navigateur B		
	Ordinateur II	Navigateur A		
		Navigateur B		

Mes observations sur les résultats obtenus :

--

Atelier 3 : Publicité comportementale et ciblage publicitaire

1. La publicité comportementale

Les publicités digitales que j'ai déjà observées sur les sites que je visite et qui semblent connaître les goûts ou mes centres d'intérêt :

2. Le ciblage publicitaire

Quel sujet de recherche (produit, destination de voyage, recette...) ai-je choisi ?

Qu'ai-je pu observer ensuite en allant sur des sites de contenu ?

Qu'ai-je pu lire en cliquant sur le « i » dans le triangle bleu sur le coin droit de la publicité ?

Que peut-on faire sur l'ordinateur pour limiter les traces de navigation qu'on laisse ?

Discussions – Débat

Discussion conduite en classe, sujet :		
Arguments développés	Je suis d'accord	Je ne suis pas d'accord
Conclusion de la classe		

Synthèse sur Comment la publicité numérique essaie d'être la plus pertinente possible

Ce que j'ai trouvé le plus utile	Ce que j'ai envie de changer dans ma manière de faire