



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 conclus en définissant la publicité contextuelle :

Atelier 2 : Comment un moteur de recherche traite les requêtes

Préparation :

Le navigateur internet attribué à mon groupe :

- ☐ 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, même navigateur, ordinateurs différents
Même requête, autre navigateur, etc.

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 :

Je décris la scène qui nous a servi de point de départ pour imaginer les objectifs des personnages :

Quelle est l'histoire que j'ai imaginée à partir de cette scène ?

En quoi celles des autres élèves diffère-t-elle ?

A quoi tiennent ces différences ?

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 ?

--

Atelier 4 : Distinguer les émetteurs de publicité sur les sites de contenu

Je récapitule mes observations sur le site d'information analysé

Site d'information analysé :		
Produits dérivés	Publicités d'autres annonceurs	Autres sites sur lesquels ces publicités apparaissent

Discussions – Débats

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

