

Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúc potreby trhu práce
3. Prijímateľ	SOS strojnícka, ul. Športová 1326, Kysucké Nové Mesto
4. Názov projektu	Zvyšovanie kompetencií žiakov v Strednej odbornej škole strojníckej.
5. Kód projektu ITMS2014+	312011ACC2
6. Názov pedagogického klubu	Pedagogický klub finančnej gramotnosti v bežnom živote – prierezové témy.
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	10.11.2020
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	Učebňa 129
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	Mgr. Vitková Ľubica
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	

11. Manažérske zhrnutie:

Cieľom stretnutia nášho klubu bola diskusia k téme práva a povinnosti spotrebiteľa v praktických životných situáciách. Spoločne sme analyzovali jednotlivé práva a povinnosti a zamýšľali sme sa nad možnou implementáciou týchto vedomostí do pedagogickej praxe. Téma práv a povinností spotrebiteľa je súčasťou štandardu finančnej gramotnosti, ktorú považujeme za veľmi aktuálnu.

Kľúčové slová: práva a povinnosti spotrebiteľa, finančná gramotnosť, kritické myslenie.

12. Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia:

Hlavné body:

1. Práva a povinnosti spotrebiteľa – práca s odbornou literatúrou.
2. Diskusia.
3. Výmena skúseností z oblasti implementácie uvedenej témy do jednotlivých vzdelávacích oblastí.
4. Záver.

Témy: rozvoj finančnej gramotnosti, rozvoj kritického myslenia.

Program stretnutia:

1. Prezentácia k téme.
2. Diskusný kruh, skupinový brainstorming.
3. Spracovanie získaných nápadov.
4. Záver.

13. Závěry a odporúčania:

Témy – práva spotrebiteľa:

1. Právo byť informovaný
2. Predávajúci je povinný vydať spotrebiteľovi doklad o kúpe.
3. Spotrebiteľ má právo na výrobky a služby v bežnej kvalite.
4. Keď si spotrebiteľ výrobok kúpi a objavia sa na ňom chyby (vady), má právo výrobok reklamovať.
5. Právo na ochranu zdravia a bezpečnosti. Bezpečné výrobky a služby sú také, ktoré pre nás za bežných podmienok nepredstavujú nebezpečenstvo.

Best Practice- vplyv reklamy na správanie spotrebiteľa. Rozdiel medzi reklamou a PR.

Vytvorenie pracovných materiálov:

Charakteristika	Reklama	Public relations (vzťahy s verejnosťou)
Dôveryhodnosť	Relatívne nízka	Relatívne vysoká
Adresát	Reálny alebo potencionálny zákazník (žiaci, rodičia)	Verejnosť
Časový horizont	krátkodobý	dlhodobý
Hodnotenie	Existujú zavedené techniky	Relatívne obmedzené metódy

Odporúčame pokračovať v uvedenej téme a pripravovať si ďalšie materiály k podpore finančnej gramotnosti žiaka.

14. Vypracoval (meno, priezvisko)	Mgr. Ľubica Vitková
15. Dátum	10.11.2020
16. Podpis	
17. Schválil (meno, priezvisko)	Mgr., Ing. Ondrej Holienčík
18. Dátum	
19. Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu