

Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúcu potreby trhu práce
3. Prijímateľ	Obchodná akadémia, Kapušianska 2, 071 01 Michalovce
4. Názov projektu	Prepojenie stredoškolského vzdelávania s praxou
5. Kód projektu ITMS2014+	312011AGS3
6. Názov pedagogického klubu	Pedagogický klub pre finančnú gramotnosť
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	21. septembra 2022
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	Obchodná akadémia Michalovce
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	Ing. Iveta Jalčová
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	www.oami.sk

11. Manažérske zhrnutie:

krátka anotácia, kľúčové slová

Téma stretnutia č. 2

Širšie finančné súvislosti – reklama/výmena skúseností zo svojich predmetov

Kľúčové slová

- reklama, vyhodnotenie informácií, analýza reklamných tvrdení, spotrebiteľské podvody

Krátka anotácia

Širšie finančné súvislosti – vedomie toho, že človek má vždy voľbu, ako naloží s peniazmi, že reklama a priatelia spôsobujú tlak na rozhodovanie, nepoctivé praktiky obchodníkov, znalosť spotrebiteľských práv a povinností, dôležitosť právnej dokumentácie súvisiacej s nákupmi, trestné činy spojené so svetom financií.

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

Hlavné body témy stretnutia – Širšie finančné súvislosti – reklama/výmena skúseností zo svojich predmetov

Širšie finančné súvislosti zahŕňajú množstvo informácií, ktoré môžeme nájsť z rôznych zdrojov a potrebujeme ich vyhodnotiť. K tomu je potrebné, aby sme poznali pojmy, ich aplikáciu v praxi. Získať relevantné informácie, ktoré sú spojené s reklamou, reklamnými tvrdeniami je v súčasnej dobe informatizácie značne problematické. Rôzne internetové a tlačové zdroje o produktoch môžu byť značne skreslené. Musíme sa v nich vedieť orientovať, určiť, či sú finančné informácie objektívne, presné a aktuálne. Je potrebné pri jednotlivých produktoch sledovať silné a slabé stránky, posúdiť nákup ako plytvanie alebo ho posúdiť ako výhodnosť pre finančnú operáciu. Finančná gramotnosť nás má pripraviť na riešenie typických rizikových aj bežných situácií, pri ktorých sa rozhoduje o zadlžení alebo investíciách.

Reklama je propagácia produktu, informácií o výrobku alebo službe, so zameraním na potenciálny trh. Použité prostriedky môžu mať viacero foriem, pričom v dnešnej dobe značne ovplyvňuje naše zmýšľanie a rozhodovanie internetová reklama. Reklama patrí medzi najdôležitejšie časti komunikačného mixu. Cieľová skupina sú príjemcovia, ktorých má reklamná kampaň osloviť. Má ich informovať, presvedčať, pripomínať, či porovnávať. Cieľom reklamy je presvedčiť nás o tom, že reklamovaný produkt potrebujeme, doviest' nás k vnímaniu úžitkových vlastností daného produktu a ak je to možné, presvedčiť spotrebiteľov k okamžitému nákupu. Často sa ale stáva, že produkt je nadhodnotený, často spojený so spotrebiteľskými podvodmi, vrátane on-line podvodov. Podvodníci často vystupujú ako zástupcovia neexistujúcich spoločností, ktoré propagujú produkty, pôžičky a využívajú na to autenticky vyzerajúce dokumenty či webové lokality.

Orgány na ochranu spotrebiteľa dôkladne skúmajú problematiku podvodov, s ktorými sa spotrebiteľia stretávajú. V súčasnosti sú na spotrebiteľov zacielené čoraz premyslenejšie zavádzajúce alebo podvodné praktiky a podvody prostredníctvom rôznych kanálov offline aj online. Spotrebiteľia sa s nimi môžu stretnúť pri nakupovaní online, v sociálnych médiách, cez telefón, e-mailly alebo osobne pri podomovom predaji. Odhalenie takýchto nekalých praktík môže ochrániť jednotlivcov aj širšiu spoločnosť.

Priebeh stretnutia

Členovia pedagogického klubu sa stretli v učebni školy. Každý z účastníkov sa podpísal na pripravenú prezenčnú listinu. Pedagogický klub viedla koordinátorka pedagogického klubu. Pedagogického klubu sa nezúčastnili PaedDr. Fecáková a Ing. Fedorišinová.

Priebeh stretnutia sa uskutočnil v priaznivej klíme. Téma reklamy je pre každého známa, stretávame sa s ňou denne a to v rôznej forme. Je len na nás, ako s informáciami z rôznych zdrojov naložíme, ako ich vyhodnotíme a rozanalyzujeme reklamné tvrdenia. Je vhodné zistiť informácie z viacerých zdrojov a určiť, či sú objektívne, presné a aktuálne. Až po dôslednom vyhodnotení informácií by sme sa mali rozhodnúť, či reklamným tvrdeniam budeme dôverovať.

13. Závěry a odporúčania:

Záver

Členovia pedagogického klubu pre finančnú gramotnosť na dnešnom klube diskutovali o reklame v širších finančných súvislostiach. Reklama značne ovplyvňuje správanie spotrebiteľa. Ak by spotrebiteľ nebol ovplyvnený reklamou, je veľká pravdepodobnosť, že by kúpu, resp. iné finančné rozhodnutie neurobil. V prípade, že ide o nekalú praktiku a informácie nie sú pravdivé, uvádzajú spotrebiteľa do omylu, je možné obrátiť sa na spotrebiteľské združenie, ktoré poradí, prípadne napomôže dohode s predávajúcim.

Odporúčania

Na vyučovacích hodinách žiakom vysvetľovať reklamu ako súčasť marketingu s tým, že množstvo informácií z rôznych zdrojov je potrebné analyzovať, vyhodnocovať a až následne robiť konečné rozhodnutia.

14. Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Iveta Jalčová
15. Dátum	21. 09. 2022
16. Podpis	
17. Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Dana Kerekešová
18. Dátum	21. 09. 2022
19. Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu

Pokyny k vyplneniu Správy o činnosti pedagogického klubu:

Prijímateľ vypracuje správu ku každému stretnutiu pedagogického klubu samostatne. Prílohou správy je prezenčná listina účastníkov stretnutia pedagogického klubu.

1. V riadku Prioritná os – Vzdelávanie
2. V riadku špecifický cieľ – uvedie sa v zmysle zmluvy o poskytnutí nenávratného finančného príspevku (ďalej len "zmluva o NFP")
3. V riadku Prijímateľ - uvedie sa názov prijímateľa podľa zmluvy o poskytnutí nenávratného finančného príspevku
4. V riadku Názov projektu - uvedie sa úplný názov projektu podľa zmluvy NFP, nepoužíva sa skrátený názov projektu
5. V riadku Kód projektu ITMS2014+ - uvedie sa kód projektu podľa zmluvy NFP
6. V riadku Názov pedagogického klubu (ďalej aj „klub“) – uvedie sa názov klubu
7. V riadku Dátum stretnutia/zasadnutia klubu - uvedie sa aktuálny dátum stretnutia daného klubu učiteľov, ktorý je totožný s dátumom na prezenčnej listine
8. V riadku Miesto stretnutia pedagogického klubu - uvedie sa miesto stretnutia daného klubu učiteľov, ktorý je totožný s miestom konania na prezenčnej listine
9. V riadku Meno koordinátora pedagogického klubu – uvedie sa celé meno a priezvisko koordinátora klubu
10. V riadku Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy – uvedie sa odkaz / link na webovú stránku, kde je správa zverejnená
11. V riadku Manažérske zhrnutie – uvedú sa kľúčové slová a stručné zhrnutie stretnutia klubu
12. V riadku Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia - uvedú sa v bodoch hlavné témy, ktoré boli predmetom stretnutia. Zároveň sa stručne a výstižne popíše priebeh stretnutia klubu
13. V riadku Závery o odporúčania – uvedú sa závery a odporúčania k témam, ktoré boli predmetom stretnutia
14. V riadku Vypracoval – uvedie sa celé meno a priezvisko osoby, ktorá správu o činnosti vypracovala
15. V riadku Dátum – uvedie sa dátum vypracovania správy o činnosti
16. V riadku Podpis – osoba, ktorá správu o činnosti vypracovala sa vlastnoručne podpíše
17. V riadku Schválil - uvedie sa celé meno a priezvisko osoby, ktorá správu schválila (koordinátor klubu/vedúci klubu učiteľov)
18. V riadku Dátum – uvedie sa dátum schválenia správy o činnosti
19. V riadku Podpis – osoba, ktorá správu o činnosti schválila sa vlastnoručne podpíše.