



## Tvoríme učebné zdroje pre spotrebiteľské vzdelávanie

### PLÁN VYUČOVACEJ HODINY

<b>Autor</b>	Mgr. Andrea Stašenková © 2019
<b>Téma</b>	Byť etickým je normálne
<b>Spojenie predmetov</b>	mediálna výchova, občianska náuka, etická výchova, právna náuka, ekonomika, obchod a služby, slovenský jazyk, cudzí jazyk
<b>Obsah</b>	<p>Aký dopad má reklama na hodnotové systémy mládeže? Ako nás reklama podnecuje k spotrebe? Na akých princípoch je postavený Etický kódex reklamnej praxe?</p> <p>Zámerom hodiny je, aby si žiaci uvedomili etické zásady reklamnej praxe, ktorý orgán zabezpečuje a presadzuje, aby sa na území Slovenskej Republiky šírila čestná, slušná, decentná, legálna a pravdivá reklama.</p> <p>Etický kódex reklamnej praxe je základným dokumentom, v zmysle ktorého posudzuje Arbitrážna Komisia súlad reklám a opodstatnenie sťažností. Kódex nenahrádza právnu reguláciu reklamy, avšak nadväzuje na ňu ustanovením etických zásad. Cieľom hodiny je, aby žiaci boli schopní nielen rozoznávať úlohu reklamy, akú rolu v spoločnosti zohrávame my spotrebiteľia, aké sú etické zásady reklamnej praxe, ale taktiež vedieť na koho sa obrátiť v prípade porušenia kódexu a ako predísť prípadným sťažnostiam, nesúladu s Kódexom.</p>
<b>Užitočné zdroje</b>	<p><a href="http://www.rpr.sk/">http://www.rpr.sk/</a> <a href="http://www.rpr.sk/chillout5-items/2/7/4/5/6/27456_6c9ae5.pdf">http://www.rpr.sk/chillout5-items/2/7/4/5/6/27456_6c9ae5.pdf</a> <a href="http://www.rpr.sk/sk/eticky-kodex">http://www.rpr.sk/sk/eticky-kodex</a> <a href="https://www.pravnenoviny.sk/reklama-lidlu-je-v-rozpore-s-etickým-kodexom-reklamy">https://www.pravnenoviny.sk/reklama-lidlu-je-v-rozpore-s-etickým-kodexom-reklamy</a> <a href="https://www.pravnenoviny.sk/reklama-heureky-je-v-rozpore-s-etickým-kodexom-2">https://www.pravnenoviny.sk/reklama-heureky-je-v-rozpore-s-etickým-kodexom-2</a> <a href="https://strategie.hnonline.sk/marketing/782211-rada-pre-reklamu-rozhodovala-ktore-reklamy-su-neeticke-pozrite-si-ich">https://strategie.hnonline.sk/marketing/782211-rada-pre-reklamu-rozhodovala-ktore-reklamy-su-neeticke-pozrite-si-ich</a> <a href="http://wiki.knihovna.cz/index.php/Negativn%C3%AD_reklama">http://wiki.knihovna.cz/index.php/Negativn%C3%AD_reklama</a> <a href="https://medialne.etrend.sk/marketing/v-detskej-pesnicke-mira-jarosa-nasla-rada-pre-reklamu-porusenie-pravidiel.html?itm_site=medialne&amp;itm_template=article&amp;itm_area=article&amp;itm_module=related&amp;itm_position=1">https://medialne.etrend.sk/marketing/v-detskej-pesnicke-mira-jarosa-nasla-rada-pre-reklamu-porusenie-pravidiel.html?itm_site=medialne&amp;itm_template=article&amp;itm_area=article&amp;itm_module=related&amp;itm_position=1</a> <a href="https://medialne.etrend.sk/marketing/v-reklame-zavadzali-satur-upc-aj-heureka-bilbordy-nocnych-klubov-su-v-poriadku.html">https://medialne.etrend.sk/marketing/v-reklame-zavadzali-satur-upc-aj-heureka-bilbordy-nocnych-klubov-su-v-poriadku.html</a> <a href="https://www.webnoviny.sk/rada-pre-reklamu-odhalila-sexisticke-a-zavadzajuce-kampane/">https://www.webnoviny.sk/rada-pre-reklamu-odhalila-sexisticke-a-zavadzajuce-kampane/</a></p>



## Tvoríme učebné zdroje pre spotrebiteľské vzdelávanie

	<p><a href="https://nazory.pravda.sk/analyzy-a-postrehy/clanok/535086-sporovlivi-giganti/">https://nazory.pravda.sk/analyzy-a-postrehy/clanok/535086-sporovlivi-giganti/</a></p>
<b>Indikátory rozvoja kľúčových kompetencií</b>	<p><b>Komunikácia v materinskom jazyku</b> Žiaci v skupinách primeraným spôsobom vyjadrujú kritické súhlasné alebo nesúhlasné stanovisko s názorom ostatných členov.</p> <p><b>Spoločenské a občianske kompetencie</b> Žiaci identifikujú riešenia, ktoré môžu urobiť v prípade zhliadnutia reklamy v rozpore s etickým kódexom.</p>
<b>Pomôcky:</b>	<p><b>Článok Rada pre reklamu odhalila sexistické a zavádzajúce kampane</b> (obrázok billboardu s nápisom „<i>Vyplníme každý otvor</i>“) <a href="https://www.webnoviny.sk/rada-pre-reklamu-odhalila-sexisticke-a-zavadzajuce-kampane/">https://www.webnoviny.sk/rada-pre-reklamu-odhalila-sexisticke-a-zavadzajuce-kampane/</a></p> <p><b>Byť etickým je normálne, krátky manuál</b> (str. 8, Obr. 2: Základné pravidlá uplatňovania etických noriem v reklame.) <a href="http://www.rpr.sk/chillout5-items/2/7/4/5/6/27456_6c9ae5.pdf">http://www.rpr.sk/chillout5-items/2/7/4/5/6/27456_6c9ae5.pdf</a></p> <p><b>Článok Šporovliví giganti</b> <a href="https://nazory.pravda.sk/analyzy-a-postrehy/clanok/535086-sporovlivi-giganti/">https://nazory.pravda.sk/analyzy-a-postrehy/clanok/535086-sporovlivi-giganti/</a></p> <p><b>Etický kódex reklamnej praxe</b> <a href="http://www.rpr.sk/sk/eticky-kodex">http://www.rpr.sk/sk/eticky-kodex</a></p>
<b>Trvanie</b>	45 minút
(5')	<p><b><u>MOTIVÁCIA</u></b> Predstavenie a oboznámenie s cieľom vyučovacej hodiny. Zisťovanie miery znalostí o danej problematike medzi žiakmi s cieľom žiakov motivovať a zaktivizovať. Učiteľ ukáže žiakom obrázok billboardu s nápisom „<i>Vyplníme každý otvor!</i>“. Čo reklama propaguje? Čo reklama porušuje? Žiaci majú uviesť, či je reklama v súlade s etickým kódexom reklamnej praxe.</p>
(5')	<p><b><u>EXPOZÍCIA</u></b></p> <p><b>Úloha č.1 – Myšlienková mapa</b> Cieľom úlohy je podporiť aktívne učenie u žiakov a zatriediť fakty. Učiteľ využíva zdroj - <i>krátky manuál „Byť etickým je normálne“</i> (str. 8, obr. 2)</p> <p><b>Základné pravidlá uplatňovania etických noriem v reklame:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Čo je etické, je i zákonné.</li> <li>2. Čo je nezákonné, je i neetické.</li> </ol>



## Tvoríme učebné zdroje pre spotrebiteľské vzdelávanie

<p>(12')</p>	<p>3. Nie všetko, čo je zákonné je i neetické. 4. Ak je niečo etickým, no zároveň nezákonným, je chyba v legislatíve alebo v spoločnosti (mravný exces).</p> <p><b>Kooperatívne vyučovanie:</b> Rozdelenie žiakov do skupín, spolupráca pri riešení zadanej úlohy. Skupiny sa striedajú pri zodpovedaní jednotlivých otázok pred celou triedou.</p> <p><b>Úloha č.2</b></p> <p>Žiaci pracujú s predloženým článkom „Šporolivi giganti“. Otázky pre žiakov:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. O čom hovorí článok?</li><li>2. Čo je kľúčovým predmetom zisku týchto gigantov?</li><li>3. Aký dopad má vo všeobecnosti reklama na hodnotové systémy mládeže?</li><li>4. Ako nás reklama podnecuje k spotrebe?</li></ol> <p>Žiaci pracujú najprv samostatne v skupinách, potom spoločne diskutujú s učiteľom na dané otázky.</p>
<p>(18')</p>	<p><b><u>REFLEXIA</u></b></p> <p><b>Úloha č.3</b></p> <p><u>Motivačné otázky pre žiakov:</u></p> <p>Videli ste reklamu, o ktorej si myslíte, že je v rozpore s Etickým kódexom? Aký orgán na Slovensku vydáva Etický kódex reklamnej praxe? Kto posudzuje sťažnosti na porušenie Etického kódexu danou reklamou?</p> <p>Ako príklad majú žiaci použiť získané poznatky z tejto vyučovacej hodiny. Učiteľ poskytne žiakom vopred vytlačené a pripravené príklady reklám (z článkov), ktoré boli posudzované Arbitrážnou komisiou Rady pre reklamu. Úlohou žiakov (Arbitrážnej komisie)- je posúdiť sťažnosti na reklamné kampane. Žiaci pracujú najprv samostatne, potom v skupinách, následne porovnávajú svoje riešenia sťažností s ostatnými skupinami a s učiteľom.</p> <p>Na záver učiteľ prezentuje, ako konkrétne sťažnosti posúdila Arbitrážna komisia Rady pre reklamu SR, a či bol Etický kódex reklamnej praxe porušený.</p>



## Tvoríme učebné zdroje pre spotrebiteľské vzdelávanie

<p>(5)</p>	<p><b>Hodnotenie</b></p> <p><b>Lodný denník</b> - Denný záznam o sebahodnotení žiaka :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Podporoval som prácu skupiny?</li><li>- Vyjadroval som svoje názory a stanoviská?</li><li>- Ktoré vedomosti, zručnosti a skúsenosti som nadobudol?</li><li>- Uvedomil som si nové súvislosti ?</li><li>- Čo užitočné som získal pre seba ?</li></ul> <p><b>Hodnotenie učiteľa</b> - Hodnotenie aktivít žiakov na vyučovacej hodine.</p> <p>Zadanie domácej úlohy - Žiaci hľadajú reklamu, ktorá podľa ich názoru je v rozpore s Etickým kódexom reklamnej praxe.</p>
------------	---