



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Názov projektu : Rozvoj kľúčových kompetencií dospelých prostredníctvom  
inovatívneho programu spotrebiteľského vzdelávania**  
**Číslo zmluvy: 2018-1-SK01-KA204-046393**

## ÚVODOM

Vzdelávací program „**Rozvoj kľúčových kompetencií dospelých prostredníctvom inovatívneho programu spotrebiteľského vzdelávania**“ je výsledkom európskeho programu ERASMUS+, ktorého cieľom je zväčšiť ponuku programov vzdelávania pre nezamestnaných do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou. Obsahom a metodickým spracovaním je program využiteľný aj pre žiakov základných a stredných škôl.

Príbehy zo života spotrebiteľov v trhovej ekonomike sú prierezového charakteru a cielene sa zameriavajú na rozvoj finančnej, mediálnej a environmentálnej gramotnosti.

<http://www.spotrebitelinfo.sk/images/pdf/2.%20Intelektualny%20vystup%20-Zbierka%20privadovych%20studii.pdf>

V cieľoch vzdelávania je rozvoj dvoch kľúčových kompetencií, a to spoločenskej a občianskej kompetencie a rozvoj komunikácie v materinskom jazyku. Využívané sú inovatívne metódy, ktoré využívajú konštruktivistický prístup k učeniu, kde učiteľ je facilitátor ako uľahčovateľ učenia, žiaci samostatne pracujú, získavajú vlastné poznanie, učia sa na základe skúseností a v diskusiách rozvíjajú komunikačné zručnosti. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií je pripravované ako ďalšie, samostatné vydanie.

za kolektív autorov

Mgr. Božena Stašenková, PhD., koordinátorka projektu

Potraviny, čo sa doma naučíš.....	2
Reklamácie .....	5
Nakupovať alebo nenakupovať? Možno trochu šetriť a potom nakupovať?.....	8
Ovplyvňujem svet výberom potravín.....	11
Služby elektronických komunikácií.....	15
Rodinný rozpočet.....	19
Práva cestujúcich v leteckej doprave .....	23
Elektronický obchod - právo na výber.....	26
Reklama a spotrebiteľské správanie.....	29
Spotrebiteľské správanie a environmentálne otázky.....	32



### Plán vyučovacej hodiny

<b>Autor</b>	Mgr. Božena Stašenková, PhD. © 2019
<b>Téma</b>	<b>Potraviny – čo sa doma naučíš</b>
<b>Identifikácia vzdelávacích potrieb</b>	Výskum potrieb cieľovej skupiny nezamestnaných dospelých do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou. potvrdil ich záujem o dobrovoľnú účasť na programoch vzdelávania spotrebiteľov. Účastníci na Slovensku vybrali ako najdôležitejšie spotrebiteľské témy (Potraviny, Výživa, Reklamácie), s ktorými už majú skúsenosti, sú prítiahlivé a motivujú ich, aby pokračovali vo vzdelávaní. Nedostatočne rozvinutá komunikačná kompetencia obmedzuje účastníkov v skupinovej diskusii a porozumení novým informáciám, prijímaní pokynov, ukladaní textov do pamäte a ich reprodukciu v nových situáciách a súvislostiach.
<b>Vzdelávacie ciele</b>	Schopnosť využívať opatrenia na ochranu spotrebiteľa pri označovaní potravín (Spoločenské a občianske kompetencie). Schopnosť vyjadriť názory, skúsenosti a postoje jasným a súvislým spôsobom (Komunikácia v materinskom jazyku)
<b>Materiál</b>	Prípadová štúdia: Potraviny - čo sa doma naučíš Zdroje informácií o označovaní potravín Balenie čokolády, sušienok, jogurtov, hranoliek Perá alebo ceruzky a hárky papiera
<b>Trvanie</b>	90 minút
<b>Užitočné odkazy</b>	<a href="https://www.svps.sk/potraviny/otazky.asp">https://www.svps.sk/potraviny/otazky.asp</a> <a href="http://www.dtest.cz/ecka">www.dtest.cz/ecka</a> <a href="http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/548990/EPRS_BRI(2015)548990_REV1_EN.pdf">http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/548990/EPRS_BRI(2015)548990_REV1_EN.pdf</a> <a href="https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2018:196:FULL&amp;from=EN">https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2018:196:FULL&amp;from=EN</a> <a href="https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/unfair-treatment/unfair-pricing/index_en.htm">https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/unfair-treatment/unfair-pricing/index_en.htm</a> <a href="http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-8-2017-005087-ASW_EN.html?redirect">http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-8-2017-005087-ASW_EN.html?redirect</a> <a href="https://ec.europa.eu/food/safety/food_improvement_agents/additives_en">https://ec.europa.eu/food/safety/food_improvement_agents/additives_en</a>



	<p><a href="https://ec.europa.eu/food/safety/rasff_en">https://ec.europa.eu/food/safety/rasff_en</a> <a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52017XC1213(01)">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52017XC1213(01)</a></p>
<b>Obsah prípadovej štúdie</b>	<p>Príbeh sa odohráva na narodeninovej oslave, na ktorú Andrea a Eva pozvali svojich spolužiakov. Dievčatá nemajú žiadne skúsenosti s nakupovaním, porovnávaním cien, označovaním potravín, či poznávaním zdravotných dôsledkov. Chýbajú im informácie o označovaní potravín, ktoré sú v platnosti pre európskych spotrebiteľov.</p>
<b>Otázky z prípadovej štúdie</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Zistíte rozdiel medzi dátumom spotreby a dátumom minimálnej trvanlivosti.</li><li>2. Aké informácie by mali byť uvedené na obale potravín?</li><li>3. Ako jednotková cena pomáha spotrebiteľom?</li><li>4. Čo je glukózo-fruktózový sirup?</li><li>5. Čo je glutamát sodný? Čo sú to prídavné látky?</li><li>6. Kto kontroluje bezpečnosť potravín a čo je RASFF?</li><li>7. Ktoré alergény musia byť vyznačené na potravinách?</li></ol>

### 1. Prezentácia vzdelávacích cieľov (3')

Predstavte tému vyučovania tým, že pripomeniete študentom, že potraviny sú pod kontrolou štátu, ale každý sám je zodpovedný za kontrolu spotrebu potravín. Požiadajte žiakov, aby uviedli, ak mali nejaké zdravotné problémy súvisiace s potravinami.

### 2. Prezentácia prípadovej štúdie (7')

Oboznámenie žiakov s prípadovou štúdiou: Potraviny - čo sa doma naučíš. Príbeh z prípadovej štúdie prečíta učiteľ, prípadne niektorý žiak. Učiteľ môže žiakom rozdať text príbehu, aby sa ním oboznámili žiaci sami.

### 3. Kooperatívne vyučovanie (30')

Rozdeľte žiakov do skupín po štyroch a rozdajte im informačné zdroje o označovaní potravín.

Vysvetlite im, že sú v role rodičov Andrei a Evy a ich úlohou je pripraviť ich ako informovaných spotrebiteľov potravín. Určte im pracovný čas a zadajte im úlohy:

1. Zistíte rozdiel medzi dátumom spotreby a dátumom minimálnej trvanlivosti.
2. Aké informácie by mali byť uvedené na obale potravín?

*Tento dokument bol pripravený s podporou Európskej komisie a vyjadruje iba názory autorov. Komisia nezodpovedá za akékoľvek použitie informácií v ňom obsiahnutých.*



3. Ako jednotková cena pomáha spotrebiteľom?
4. Čo je glukózo-fruktózový sirup?
5. Čo je glutamát sodný? Čo sú to prídavné látky?
6. Kto kontroluje bezpečnosť potravín a čo je RASFF?
7. Ktoré alergény musia byť vyznačené na potravinách?

Požiadajte žiakov, aby prezentovali svoje výsledky svojej práce celej triede.

#### **4. Demonštrácia (20´)**

Pozvite žiakov, aby určili povinné označovanie potravín na konkrétnych príkladoch.

Požiadajte ich, aby povinné označenie graficky znázornili na vybraných potravinách (jogurt, sušienky, čipsy, hranolky). Potom im požiadajte, aby grafické zobrazenia upevnili na stenu a prezreli si zobrazenia svojich spolužiakov..

#### **5. Čítaním a písaním ku kritickému mysleniu (20´)**

Táto metóda využíva postupnosť trojfázového modelu procesu myslenia a učenia.

Nechajte žiakov, aby na riešení úloh pracovali vo dvojiciach.

**Evokácia** – znamená aktívne prepojenie vedomostí študenta s kontextom témy.

Požiadajte žiakov, aby si spomenuli na negatívne skúsenosti s potravinami.

**Uvedomenie si významu** – znamená kombinovať a spájať nové a staré informácie do pamäte žiakov. Akým zdravotným následkom môžu žiaci vystavení, ak nebudú využívať informácie o označovaní potravín?

**Reflexia** – znamená aktívne spracovanie informácií a zaradenie do predchádzajúcich súborov informácií. Požiadajte žiakov, aby vyjadrili, ktoré nové súvislosti spojené s označovaním potravín si uvedomili a prečo sú informácie o označovaní potravín prospešné.

Riešenie úloh každej z troch fáz necháme, aby predstavili iná dvojica žiakov. Alternatívne môžeme požiadať žiakov, aby sa zhromaždili v kruhu a diskutovali o svojich zisteniach. Potom zosumarizujte ich zistenia a odovzdajte im spätnú väzbu o ich schopnostiach kritického myslenia.

#### **6. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií (10´)**



## PLÁN VYUČOVACEJ HODINY

<b>Autor</b>	Mgr. Božena Stašenková, PhD. © 2019
<b>Téma</b>	<b>Reklamácie</b>
<b>Identifikácia vzdelávacích potrieb</b>	Výskum potrieb cieľovej skupiny nezamestnaných dospelých do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou. potvrdil ich záujem o dobrovoľnú účasť na programoch vzdelávania spotrebiteľov. Účastníci na Slovensku vybrali najdôležitejšie spotrebiteľské témy (Potraviny, Výživa, Reklamácie), s ktorými už majú skúsenosti, sú prítiahľivé a motivujú ich, aby pokračovali vo vzdelávaní. Nedostatočne rozvinutá komunikačná kompetencia obmedzuje účastníkov v skupinovej diskusii a porozumení novým informáciám, prijímaní pokynov, ukladaní textov do pamäte a ich reprodukciu v nových situáciách a súvislostiach.
<b>Vzdelávacie ciele</b>	Schopnosť riešiť reklamácie s využitím demokratických pravidiel (Spoločenské a občianske kompetencie) Schopnosť efektívnej a konštruktívnej komunikácie (Komunikácia v materinskom jazyku)
<b>Materiál</b>	Prípadová štúdia - Reklamácie Zákon o ochrane spotrebiteľa č.250/2007 Z.z. Opis roly spotrebiteľa a predavača
<b>Trvanie</b>	<b>90 minút</b>
<b>Užitočné odkazy</b>	<a href="https://www.epi.sk/zz/2007-250">https://www.epi.sk/zz/2007-250</a> <a href="https://www.zakonypreludi.sk/zz/1964-40">https://www.zakonypreludi.sk/zz/1964-40</a> <a href="https://esc-sr.sk/otazky/reklamacie/">https://esc-sr.sk/otazky/reklamacie/</a> <a href="https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_sk.htm">https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_sk.htm</a> <a href="https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_en.htm#country">https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_en.htm#country</a> <a href="https://www.soi.sk/sk/najcastejsie-otazky/reklamacie.soi">https://www.soi.sk/sk/najcastejsie-otazky/reklamacie.soi</a> <a href="https://www.epi.sk/odborny-clanok/Ochrana-spotrebiteľa-postup-pri-uplatnovani-a-vybavovani-reklamacie.htm">https://www.epi.sk/odborny-clanok/Ochrana-spotrebiteľa-postup-pri-uplatnovani-a-vybavovani-reklamacie.htm</a>
<b>Obsah prípadovej štúdie</b>	Zabezpečovanie potrieb prináša spotrebiteľom rôzne situácie, v ktorých musia riešiť problémy s nekvalitnými tovarmi. Sestry Jana a Dana si na svadbu priateľky zakúpili šaty, ktoré sa poškodili už pri



	prvom použití. Predajca, u ktorého odev reklamovali, ich obvinil, že ho poškodili vlastnou neopatrnosťou a nesprávnym použitím. Riešenie sporu medzi spotrebiteľom a predajcom poskytuje priestor na rozvíjanie viacerých kľúčových kompetencií.
<b>Otázky z prípadovej štúdie</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kde urobili dievčatá chybu?</li><li>2. Čo by ste im odporúčali urobiť?</li><li>3. Kde nájdú informácie o reklamáciách ?</li><li>4. Ako by mali pokračovať?</li><li>5. Zostavte praktické rady ako postupovať pri riešení reklamácií.</li></ol>

### 1. Predstavenie vzdelávacích cieľov (5')

Učiteľ v úvode vedie diskusiu so žiakmi, ktorá by mala vyústiť k podpore formovania uvedomeného spotrebiteľského správania. Základom pre správne fungovanie trhovej ekonomiky sú informovaní spotrebiteľia schopní presadzovať svoje práva.

### 2. Prezentácia a oboznámenie sa s prípadovou štúdiou (5')

Oboznámenie s prípadovou štúdiou: „Reklamácie“.

### 3. Kooperatívne učenie (20')

Rozdeľte žiakov do skupín po štyroch. Zadaťte im úlohy a pracovný čas. Vyzvite žiakov, aby riešili úlohy:

1. Kde urobili dievčatá chybu?
2. Čo by ste im odporúčali urobiť?
3. Kde nájdú informácie o reklamáciách ?
4. Ako by mali pokračovať v riešení reklamácie?
5. Zostavte praktické rady ako postupovať pri riešení reklamácií.

Nechajte žiakov riešiť určené úlohy. Po ukončení práce si každá skupina vyberie jedného zástupcu, ktorý prezentuje výsledky práce skupiny celej triede.

### 4. Samostatná práca (5')

Požiadajte žiakov, aby samostatne v zákone na ochranu spotrebiteľa vyhľadali a podrobne sa oboznámili s článkom 18.

### 5. Diskusia za okrúhlym stolom (10')

Potom požiadajte žiakov, aby vyjadrili svoje pocity:

- I. Ako sa cítili pri riešení predchádzajúcich úloh, keď pracovali iba na základe vlastných skúseností a nepoznali ustanovenia v zákone o ochrane spotrebiteľa
- II. Po oboznámení sa s článkom 18 zo zákona o ochrane spotrebiteľa.



- III. Vyjadrili sa prečo si myslia, že je dôležité poznať zákony a pravidlá na riešenia sporov v demokratickej spoločnosti.

## 6. Hranie rolí (15')

Vysvetlite žiakov, že pri riešení sporu formou hraných rolí sa môžu učiť správne komunikovať a cvičiť ako sa správať v niektorých situáciách. Požiadajte dvojicu žiakov, aby zahrali nasledujúce roly:

1. Spotrebiteľ
2. Predavač

Žiakom poskytneme stručný opis správania oboch aktérov riešenia reklamácie, kde riešenie reklamácie končí nespokojnosťou spotrebiteľky. Predavačka neuznala reklamáciu napriek tomu, že viditeľnú vada tovaru si nespôsobí sama, ale bola to vada tovaru. Ak žiaci nenájdu odvahu hrať tieto roly, učiteľ prečíta pripravené opisy rolí.

## 7. Diskusia v kruhu (20')

Indiáni využívajú na riešenie problémov vo svojej komunite diskusiu, kde všetci členovia komunity, vrátane aktérov problémov, sedia v kruhu. V diskusii sa problém nerieši hľadaním vinníkov a určovaním miery zodpovednosti jednotlivých aktérov. Od každého účastníka diskusie sa žiada, aby vyjadril svoje pocity, akoby sa cítil „v koži“ aktérov sporu. Uvedený spôsob riešenia problémov v indiánskej komunite využijeme na diskusiu so žiakmi, aby uvažovali o odlišnom myslení a cítení oboch účastníkov sporu. Žiakov uvedieme do uvedenej fiktívnej situácie a požiadame ich, aby vyjadrili svoje pocity.

## 8. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií (10')

### PLÁN VYUČOVACEJ HODINY

<b>Autor</b>	Mgr. Viera Rusiňáková © 2019
<b>Téma</b>	<b>Nakupovať alebo nenakupovať? Možno trochu šetriť a potom nakupovať?</b>
<b>Identifikácia vzdelávacích potrieb</b>	Výskum potrieb cieľovej skupiny nezamestnaných dospelých do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou. potvrdil ich záujem o dobrovoľnú účasť na programoch vzdelávania spotrebiteľov. Účastníci výskumu na Slovensku vybrali ako zaujímavé a motivujúce témy Spotrebiteľské správanie a Konzumná spoločnosť.



<b>Vzdelávacie ciele</b>	Schopnosť zmeniť spotrebiteľské správanie na menej konzumný spôsob (Spoločenské a občianske kompetencie) Schopnosť vyjadriť a interpretovať myšlienky ústnou formou (Komunikácia v materinskom jazyku)
<b>Materiál</b>	Prípadová štúdia : Nakupovať alebo nenakupovať? Možno trochu ušetriť a potom nakupovať?
<b>Trvanie</b>	<b>90 minút</b>
<b>Užitočné odkazy</b>	<a href="https://www.dtest.cz/clanek-7698/vanoce-bez-odpadu">https://www.dtest.cz/clanek-7698/vanoce-bez-odpadu</a> <a href="http://jogsc.com/pdf/2017/4/factory_ovplyvnujuce_spotrebiteleske.pdf">http://jogsc.com/pdf/2017/4/factory_ovplyvnujuce_spotrebiteleske.pdf</a> <a href="https://www.feedough.com/what-is-consumer-behaviour-ultimate-guide/">https://www.feedough.com/what-is-consumer-behaviour-ultimate-guide/</a> <a href="https://conversionxl.com/blog/9-things-to-know-about-influencing-purchasing-decisions/">https://conversionxl.com/blog/9-things-to-know-about-influencing-purchasing-decisions/</a> <a href="https://zenuskaren.sk/aj-ekologicky-nakup-pomoze-nasej-planete-osvoj-si-tieto-skvele-zvyky/">https://zenuskaren.sk/aj-ekologicky-nakup-pomoze-nasej-planete-osvoj-si-tieto-skvele-zvyky/</a>
<b>Obsah prípadovej štúdie</b>	Lina a Lolita pochádzajú z rodín strednej triedy, no s rozdielnym životným štýlom. V Lininej rodine sa cestuje, nakupuje, úspory nie sú propagované. Lolitina rodina naopak žije skromne, veci sa kupujú len kvalitné, a keď ich potrebujú. Lina síce vždy chcela mať vždy luxusné veci, ale na to doma nemali financie. Lolita naopak vždy snívala o impulzívnom nákupe, no vždy musela svoje výdavky plánovať. Dievčatá pri rozhovore zistili, že motívom ich rozdielneho životného štýlu a prístupu k nakupovaniu nie je iba výchova v rodine, ale aj nedostatok informácií zo školy. Rozhodli sa preto prihlásiť na hodiny spotrebiteľského správania.
<b>Otázky z prípadovej štúdie</b>	1. Môžete predstaviť plánovanie nákupov vo vašej rodine? 2. Aké sú výhody a nevýhody oboch spôsobov nakupovania? 3. Ktorý spôsob je výhodnejší pre prírodu a ktorý pre ekonomiku? 4. Ktorý spôsob nakupovania viac zaťažuje životné prostredie ? 5. Čo je spotrebiteľské správanie? 6. Čo ovplyvňuje rozhodnutie spotrebiteľov o kúpe? 7. Čo viete o značkách? 8. Čo je impulzívne nakupovanie?

## 1. Predstavenie vzdelávacích cieľov (5')

Cieľom vzdelávania je motivovať žiakov k uváženejšiemu spotrebiteľskému správaniu, aby boli schopní odhadnúť svoje možnosti, uvedomiť si obmedzenia a zmeniť nezmyselné

*Tento dokument bol pripravený s podporou Európskej komisie a vyjadruje iba názory autorov. Komisia nezodpovedá za akékoľvek použitie informácií v ňom obsiahnutých.*





nakupovanie na vedomé rozhodovanie. Rozhovor so žiakmi učiteľ vedie k opisu konzumnej spoločnosti, v ktorej si veľká časť populácie zvykla na blahobyť a luxus a environmentálne problémy sú výsledkom masového konzumu.

## 2. Prezentácia a oboznámenie sa s prípadovou štúdiou (5')

Oboznámenie žiakov s prípadovou štúdiou : Nakupovať alebo nenakupovať ? Možno trochu šetriť a potom nakupovať?

## 3. Kooperatívne učenie (25')

Žiakov rozdelíme do 4-5 skupín a zadáme im úlohy o spotrebiteľskom správaní:

1. Môžete predstaviť plánovanie nákupov vo vašej rodine?
2. Aké sú výhody a nevýhody plánovaného nakupovania?
3. Aké sú výhody a nevýhody impulzívneho nakupovania?
4. Ktorý spôsob je prijateľnejší pre životné prostredie ?
5. Čo je spotrebiteľské správanie?
6. Čo ovplyvňuje rozhodnutie spotrebiteľov o kúpe?
7. Čo viete o značkách?

Po ukončení práce zástupcovia jednotlivých skupín prezentujú ostatným žiakom výsledky skupinovej práce.

## 4. Samostatná práca (10')

Žiakom zadáme úlohu, aby samostatne vypracovali úvahu k prísloviu „, Bohatý nie je len ten, čo veľa vlastní, ale aj ten, čo málo potrebuje.“ K prezentácii vypracovaných úloh vyzveme žiakov, ktorí sami prejavia záujem o ústnu prezentáciu ostatným žiakom.

## 5. Diskusia (20')

Nemecký sociológ ERICH FROMM napísal knihu „Mat' alebo byť, ktorá môže byť pre nás, spotrebiteľov, základom diskusie o hodnotách:

- V čom spočíva šťastie človeka?
- Čo je podľa vás kritériom bohatstva človeka?
- Čo rozumiete pod slovom mat'?
- Čo rozumiete pod slovom byť?
- Aký je váš postoj k peniazom ?

## 6. Brainwriting (15')

Čoho sa viete vzdať, aby vaše spotrebiteľské správanie menej zaťažovalo životné prostredie ?



Žiaci prezentujú svoje návrhy, ktoré sú zapisované na flipchart. Potom vyzveme žiakov, aby sa zoradili návrhy, ktoré majú niečo spoločné do podskupín. Žiakov potom vyzveme, aby diskutovali o tom, čo získa naše životné prostredie, ak sa ako spotrebitelia dobrovoľne vzdáme niektorých vecí.

## 7. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií (10')

### Plán vyučovacej hodiny

<b>Autor :</b>	Mgr. Viera Rusiňáková © 2019
<b>Téma</b>	<b>Ovplyvňujem svet výberom potravín?</b>
<b>Identifikácia vzdelávacích potrieb</b>	Výskum potrieb cieľovej skupiny nezamestnaných dospelých do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou. potvrdil ich záujem o dobrovoľnú účasť na programoch vzdelávania spotrebiteľov. Účastníci výskumu na Slovensku vybrali ako zaujímavé a motivujúce spotrebiteľské témy Spotrebiteľské správanie a Konzumná spoločnosť.
<b>Vzdelávacie ciele</b>	Schopnosť kriticky hodnotiť vplyv spotreby na životné prostredie ( Spoločenské a občianske kompetencie) Schopnosť komunikovať s ostatnými spotrebiteľmi o ochrane životného prostredia (Komunikácia v materinskom jazyku)
<b>Materiál</b>	Prípadová štúdia: Ovplyvňujem svet výberom potravín? Výrobky a obalový materiál produktov obsahujúci palmový olej Papier a písacie potreby
<b>Trvanie</b>	90 minút
<b>Užitočné odkazy</b>	<a href="http://www.stoppalmovemuoleji.cz/svedectvi.php">http://www.stoppalmovemuoleji.cz/svedectvi.php</a> <a href="https://www.wowshack.com/asimetris-new-documentary-on-palm-oil-that-needs-attention/">https://www.wowshack.com/asimetris-new-documentary-on-palm-oil-that-needs-attention/</a> <a href="https://ekonomika.sme.sk/c/4064241/produkcia-masa-sa-na-emisiach-co2-podiela-viac-nez-doprava.">https://ekonomika.sme.sk/c/4064241/produkcia-masa-sa-na-emisiach-co2-podiela-viac-nez-doprava.</a> <a href="https://bizfluent.com/list-7499733-five-responsibilities-consumer.html">https://bizfluent.com/list-7499733-five-responsibilities-consumer.html</a> <a href="https://zenuskaren.sk/aj-ekologicky-nakup-pomoze-nasej-planete-osvoj-si-tieto-skvele-zvyky/">https://zenuskaren.sk/aj-ekologicky-nakup-pomoze-nasej-planete-osvoj-si-tieto-skvele-zvyky/</a>
<b>Obsah prípadovej štúdie</b>	Evelinínym koničkom už počas dospievania sa stalo varenie a pečenie koláčov. Postupne sa stala úspešnou blogerkou s veľkým počtom priaznivcov. Často uverejňovala recepty na svoje výrobky na internete, ale po sledovaní filmu o škodách, ktoré producenti palmového oleja spôsobujú zvieratám a prírode, čelila ťažkému rozhodnutiu udržať si



	príjem bez použitia palmového oleja. Preto sa rozhodla ukončiť zmluvu s čokoládovou spoločnosťou, ktorá používa palmový olej.
<b>Otázky z prípadovej štúdie</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Čo sú vedomosti o spotrebiteľoch a ako sú využívané?</li><li>2. Kto sú influenceri sociálnych sietí a akú zodpovednosť nesú?</li><li>3. Aké sú spôsoby získavania informácií o spotrebiteľoch? Zúčastnili ste sa niekedy zhromažďovania informácií o spotrebiteľskom správaní? Povedzte viac o svojich skúsenostiach: Čo si myslíte, že tieto údaje vypovedajú o vás.</li><li>4. Kto je zodpovedný za informovanie spotrebiteľov? A kto by mal byť?</li><li>5. Čo môžete urobiť aby sa situácia zlepšila?</li><li>6. Čo by ste urobili na mieste Evelyny? Prečo?</li><li>7. Pokúšate sa stať alebo zostať informovaným spotrebiteľom? Ako?</li></ol>

### 1. Prezentácia vzdelávacích cieľov (3)

Pri prezentácii cieľov žiakom pripomenieme potrebu jednotlivca porozumieť súvislostiam medzi kvalitou života a zdravým spôsobom života, kriticky zhodnotiť aké sociálne, zdravotné a ekologické dopady má naša spotreba a ako spotrebiteľské správanie dokáže ovplyvniť stav prírody a planéty. Žiakov požiadame, aby venovali pozornosť pojmu spotrebiteľské správanie. Žiak si zapamätá viac informácií, ak pozná vopred čo si má zapamätať, ak ho upozorníme na podstatné veci, javy a súvislosti.

### 2. Prezentácia prípadovej štúdie (7')

Žiakov oboznámime s prípadovou štúdiou: „Ovplyvňujem svet výberom potravín?“ prostredníctvom interaktívnej tabule. Doplniť môžeme byť krátky dokument o palmovom oleji a palmových plantážach.

### 3. Kooperatívne vyučovanie (30')

Rozdelenie žiakov do skupín po štyroch, zadanie úloh pre skupiny, práca s internetom.

1. Čo sú vedomosti o spotrebiteľoch a ako sú využívané?
2. Kto sú influenceri sociálnych sietí a akú zodpovednosť nesú?
3. Aké sú spôsoby získavania informácií o spotrebiteľoch? Zúčastnili ste sa niekedy zhromažďovania informácií o spotrebiteľskom správaní? Povedzte viac o svojich skúsenostiach: Čo si myslíte, že tieto údaje vypovedajú o vás.
4. Kto je zodpovedný za informovanie spotrebiteľov? A kto by mal byť?
5. Čo môžete urobiť aby sa situácia zlepšila?
6. Čo by ste urobili na mieste Evelyny? Prečo?
7. Pokúšate sa stať alebo zostať informovaným spotrebiteľom? Ako?

*Tento dokument bol pripravený s podporou Európskej komisie a vyjadruje iba názory autorov. Komisia nezodpovedá za akékoľvek použitie informácií v ňom obsiahnutých.*



Po ukončení práce skupín učiteľ požiada zástupcov skupín, aby prezentovali výsledky pred celou triedou. Záverečnú diskusiu učiteľ smeruje k uvedomeniu potreby uvedomelého spotrebiteľského správania je, aby výberom produktov podporili rozhodnutia výrobcov produkovať výrobky a služby podľa očakávania zákazníkov.

#### **4. Demonštrácia (25')**

Na interaktívnej tabuli učiteľ premietne výrobky obsahujúce palmový olej. Žiakov, ktorí priniesli potravinárske a palmové výrobky požiadame, aby prečítali údaje z etikety a zistili prítomnosť palmového oleja. Upozorníme ich, že niektorí výrobcovia neuvádzajú na etikete pravdivé označenie. Napríklad označenie Vegetable Oil môže byť olej zo semien alebo z ovocia. Na záver zadáme dvojiciam žiakom navrhnúť symbol, ktorý spotrebiteľovi na etikete oznámi prítomnosť palmového oleja v produkte. Žiaci zverejnia návrhy na stene, aby sa s nimi oboznámili všetci žiaci.

#### **5. Diskusia (10')**

Na príklade firmy Nestlé, ktorá patrí k tým výrobcom, ktorí upúšťajú od používania palmového oleja a ako náhradu používajú olej repkový, vedieme žiakov k hľadaniu alternatívnych riešení. Žiaci navrhujú náhradu palmového oleja. Spotrebiteľia tým, že nebudú kupovať výrobky s palmovým olejom, môžu výrobcov primäť k tomu, aby hľadali možnosti ako nahradiť palmový olej. Prvým dôležitým rokom je vedieť čítať etikety výrobkov, poznať ich obsah, a tak získať informácie, na základe ktorých sa rozhodnú o kúpe daného výrobku.

#### **6. Brainwriting (5')**

Učiteľ navodí tému, že žiaci môžu vlastnými aktivitami ovplyvňovať ostatných spotrebiteľov. Žiaci sú sústredení do polkruhu, v strede je umiestnený flipchart s papierom, na ktorý žiaci zapisujú svoje návrhy, ako môžu iných spotrebiteľov presvedčiť k obmedzovaniu používania palmového oleja. Papier je rozdelený na dve časti. Do prvej časti sú zaznamenávané návrhy aktivít, do druhej časti aké veľké počty spotrebiteľov sú schopní osloviť.

#### **7. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií (10')**



## PLÁN VYUČOVACEJ HODINY

<b>Autor</b>	Mgr. Ing. Renata Horáková © 2019
<b>Názov</b>	<b>Služby elektronických komunikácií</b>
<b>Identifikácia vzdelávacích potrieb</b>	Výskum o potrebách cieľovej skupiny nezamestnaných dospelých do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou potvrdil ich záujem o dobrovoľnú účasť na programoch spotrebiteľského vzdelávania. Účastníci výskumu v Českej republike vybrali ako najdôležitejšie spotrebiteľské témy, s ktorými už majú skúsenosti a sú motivovaní k pokračovaniu vo vzdelávaní Rodinný rozpočet a služby elektronických komunikácií.
<b>Vzdelávacie ciele</b>	Schopnosť využívať opatrenia na ochranu spotrebiteľa v oblasti elektronických komunikačných služieb (s pomocou mimosúdnych orgánov (Sociálne a občianske kompetencie). Schopnosť rozlišovať a používať rôzne typy textov, vrátane písaného právneho textu (Komunikácia v materinskom jazyku)
<b>Materiál</b>	Prípadová štúdia: Elektronické komunikačné služby Metodická príručka: Práva spotrebiteľov elektronických komunikačných služieb v skratke Perá alebo ceruzky a štvrt'hárky papiera flipchart Telefón / tablet / počítač s internetom
<b>Trvanie</b>	90 minút
<b>Užitočné odkazy</b>	<a href="https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.adr.show2">https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.adr.show2</a> <a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:02009L0136-20091219">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:02009L0136-20091219</a>
<b>Obsah prípadovej štúdie</b>	Prípadová štúdia načrtáva niektoré situácie, ktoré môžu riešiť používatelia komunikačných služieb. Súčasťou je aj metodická príručka s právami spotrebiteľa v oblasti elektronických komunikácií. Žiaci sa oboznámia so systémom riešenia sporov s dôrazom na mimosúdne spôsoby riešenia spotrebiteľských sporov, tzv. ADR.
<b>Otázky z prípadovej štúdie</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mohli by ste vysvetliť rozdiel medzi zmluvou na dobu určitú a zmluvou na dobu neurčitú? Každá má výhody a nevýhody. Viete ktoré sú to</li><li>2. Ako si vyberiete najlepšiu ponuku? (Aké kritériá by ste využili ?)</li></ol>



	<ol style="list-style-type: none"><li>3. Môže prevádzkovateľ jednostranne zmeniť podmienky? Zistite, aké práva má spotrebiteľ pri zmene podmienok (pozrite si metodickú príručku).</li><li>4. Kde urobila Pavla chybu?</li><li>5. Po tejto skúsenosti sa Pavla napriek tomu rozhodla opustiť tohto operátora. Obáva sa však, že tým, že prejde k inému, stratí svoje číslo, na ktoré sú všetci jej priatelia zvyknutí. Sú jej obavy oprávnené? (pozrite si metodickú príručku)</li><li>6. Christine často cestuje, najčastejšie po Európe. Aj keď sú to zvyčajne krátke cesty, chce byť na svojom blogu v kontakte so svojimi priateľmi, rodinou a fanúšikmi, ale nie je si istá ako to môže ovplyvniť jej telefónny účet. Zistite, aký dopad môžu mať volania zo zahraničia domov na telekomunikačný účet. (pozrite si metodickú príručku)</li><li>7. Michael tiež neúspešne riešil svoju sťažnosť na telefónny účet. Jeho tvrdenie bolo zamietnuté. Keď si predstavoval, čo všetko obnáša súdny proces s operátorom, mávol rukou. Existuje iná možnosť?</li><li>8. Pokúste sa nájsť klady a zápory riešenia sporov prostredníctvom súdneho konania a mimosúdneho riešenia sporov (pozri metodickú príručku). Zistite, ktorý subjekt by bol príslušný na mimosúdne riešenie sporu medzi vami a vašim operátorom vo vašej krajine.</li></ol>
--	--

### 1. Úvod do problematiky (5')

Načrtnite prepojenie témy so skutočným životom. Ak žiaci neveria tomu, čo sa učia, nebudú sa chcieť učiť. Ukážte, ako sa ich téma týka (napr. každý z nás využíva služby elektronických komunikácií).

### 2. Prípadová štúdia- Elektronické komunikácie (10')

Požiadajte žiakov, aby si prečítali prípadovú štúdiu jednotlivo, alternatívne sa prečítali prípadová štúdia nahlas.

### 3. Opytovanie (5')

Spýtajte sa žiakov na rozdiely medzi zmluvou na dobu určitú a zmluvou na dobu neurčitú. Vyzvite žiakov, aby identifikovali výhody a nevýhody oboch.

### 4. Voľná diskusia (10')

Ako si vyberiete najlepšiu ponuku pre seba? Aké kritériá by ste zvažili? (Cieľom tejto časti je identifikovať žiakov s danou témou.)



## 5. Naše práva na poli elektronických komunikačných služieb (30´)

Táto úloha je zameraná na porozumenie a interpretáciu písaného textu obsiahnutého v priloženej metodologickej príručke.

Požiadajte študentov, aby sa rozdelili do skupín po 4-5. Pozvite študentov, aby vyhľadali odpovede na nasledujúce otázky:

- Môže prevádzkovateľ jednostranne meniť podmienky? Zistite, aké práva má spotrebiteľ a pri zmene podmienok.

- Kde urobila Pavla chybu?

- Po tejto skúsenosti sa Pavla napriek tomu rozhodla opustiť tohto operátora. Obáva sa však, že tým, že pôjde k inému operátorovi stratí svoje číslo, na ktoré sú všetci jej priatelia zvyknutí. Sú jej obavy oprávnené?

- Christine často cestuje, najčastejšie po Európe. Aj keď sú to zvyčajne krátke cesty, stále chce byť na svojom blogu v kontakte so svojimi priateľmi, rodinou a fanúšikmi. Nie je si istá, ako to môže ovplyvniť jej telefónny účet. Zistite, aký dopad môžu mať volania domov na telefónny účet.

Po tom, čo skupiny pripravujú odpovede (asi 15 minút), požiadajte vybratého zástupcu každej skupiny, aby pripravený obsah vysvetlil ostatným vlastnými slovami.

## 6. Prípadová štúdiia: Riešenie sporu (10´)

V skupine sa pokúste nájsť klady a zápory riešenia sporov prostredníctvom súdneho konania a klady a zápory mimosúdneho riešenia sporov.

TIPY: T-graf Žiaci by mali byť schopní porovnávať v rôznych súvislostiach. T-graf je praktický grafický organizátor pre študentov na porovnávanie a kontrastnú vizualizáciu myšlienok pri prezentácii. Ak je to potrebné, pozrite si metodickú príručku.

## 7. Riešenie sporov (10´)

Úloha: práca s vyhľadávacím systémom, vyplnenie internetového formulára.

Použite tento odkaz: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.adr.show2>

## 8. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií (10´)



## PLÁN VYUČOVACEJ HODINY

<b>Autor</b>	Mgr. Ing. Renata Horáková © 2019
<b>Názov</b>	<b>Rodinný rozpočet</b>
<b>Identifikácia vzdelávacích potrieb</b>	Výskum o potrebách cieľovej skupiny nezamestnaných dospelých do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou. Potvrdil ich záujem o dobrovoľnú účasť na programoch spotrebiteľského vzdelávania. Účastníci výskumu v Českej republike vybrali ako najdôležitejšie spotrebiteľské témy, s ktorými už majú nejaké skúsenosti, sú motivovaní k pokračovaniu vo vzdelávaní Rodinný rozpočet a služby elektronických komunikácií.
<b>Vzdelávacie ciele</b>	Schopnosť konať zodpovedne s obmedzenými zdrojmi (Sociálne a občianske kompetencie) Schopnosť formulovať ústne a písomné argumenty (Komunikácia v materinskom jazyku)
<b>Materiály</b>	Prípadová štúdia: Rodinný rozpočet Metodická príručka: Rodinný rozpočet Perá alebo ceruzky a háčky papiera Flipchart Telefón / tablet / počítač s internetom
<b>Trvanie</b>	90 minút
<b>Obsah prípadovej štúdie</b>	Prípadová štúdia opisuje finančnú situáciu mladého muža, ktorý je v súčasnosti vo fáze osamostatňovania od svojich rodičov. Hospodári s obmedzenými finančnými zdrojmi a volí rôzne cesty. . Objavuje, že dospelosť prináša nielen slobodu, ale aj veľkú zodpovednosť.
<b>Otázky z prípadovej štúdie</b>	1.Vytvorte Radkov skutočný rozpočet na prvý mesiac nezávislého života. Zdôraznite položky, ktoré sú povinné (Radek ich musí platiť každý mesiac) a položky, ktoré sú príležitostné. Urobil Radek niekde chybu ? Čo mal Radek urobiť inak? Čo by ste urobili vy inak?  2.Aký je jeho rozpočet? Prebytkový, vyvážený alebo mínusový? V záujme vyrovnaného alebo dokonca prebytkového rozpočtu je potrebné zvýšiť príjem alebo znížiť výdavky. Vyhodnoťte možnosti Radka na zníženie výdavkov alebo zvýšenie príjmu. Čo by ste urobili na Radkovom mieste?  3.Porovnajte finančnú situáciu Radka, keď žil so svojimi rodičmi.





	<p>Považujete Radkov príspevok rodičom za jedlo a bývanie, vzhľadom na to, koľko zarobil po osamostatnení a v čase spoločného bývania s Michaelom?</p> <p>4. Čo sa zmenilo po tom, potom, čo sa prisťahoval Michael? Ako by mohol Radek využiť peniaze, ktoré ušetril na živobytie?</p> <p>5. Radek by chcel ísť v lete na dovolenku k moru s Michaelom a jeho dvoma priateľmi. Cena dovolenky bude 500 €. Všetky doterajšie úspory sú preč, takže Radek musí začať od nuly. Radek zvažuje aj pôžičku. Zvážte Radkove možnosti a odporučte mu vhodné kroky.</p>
--	---

### 1. Úvod do problematiky (5')

Načrtnite prepojenie témy so skutočným životom. Ak žiaci neveria tomu, čo sa učia, nebudú sa chcieť učiť. Ukážte, ako sa téma dotýka ich života.

### 2. Rodinný rozpočet (10')

Požiadajte žiakov, aby si prečítali prípadovú štúdiu jednotlivo, alternatívne sa prečítali prípadová štúdiá nahlas. Odporúčaná otázka: Ktoré základné finančné pojmy sa objavili v prípadovej štúdii? Aká je základná štruktúra rodinného rozpočtu?

### 3. Prípadová štúdia - Otázka 1 (20')

Požiadajte žiakov, aby sa rozdelili do skupín po 4-5. Povzbudzujte študentov, aby vytvorili jednoduchý rodinný rozpočet. Dajte žiakom tabuľku rodinného rozpočtu s predvyplnenými názvami položiek alebo prázdnu tabuľku rodinného rozpočtu (na základe úrovne študentov). Keď žiaci pracujú, pohybujte sa medzi nimi, odpovedajte na všetky položené otázky, ale vyhýbajte sa rušeniu práce skupiny. Aktivita končí, keď žiaci podajú správu ostatným skupinám.

### 4. Prípadová štúdia - Otázka 2 (25')

V skupine zhodnoťte Radkove možnosti ako znížiť výdaje alebo zvýšiť príjem. Vhodnou metódou je brainstorming! Viac mozgov je lepších ako jeden.

#### Brainstorming

V skupine spoločne ohodnoťte Radkove možnosti, ako znížiť výdavky alebo zvýšiť príjem. Zorganizujte skupinovú debatu! Viac mozgov je lepších ako jeden!

#### Brainwriting

Požiadajte skupinu žiakov, aby napísali svoje nápady na samostatný list papiera (každý napíše jeden konkrétny nápad na zníženie Radkových výdavkov alebo zvýšenie svojich príjmov.) Po



20 - 30 sekundách listy posunie list inému žiakovi a skúste to znova (nápady sa nesmú opakovať). Pokračujte, kým každý žiak nenapíše na hárok svoj návrh. Potom vyberte najlepšie nápady

### **Rolestorming**

Čo by ste urobili, keby ste boli Radkom? Pri skúmaní problémovej situácie sa obzvlášť stimulujú schopnosti laterálneho myslenia. Je ľahšie hľadať riešenia z pohľadu niekoho iného. Rolestorming sa preto považuje za zábavný a príjemný.

### **5. Prípadová štúdia (20')**

Radek by chcel ísť so svojimi priateľmi na dovolenku, ale nemá dostatok finančných prostriedkov. Radek zvažuje pôžičku.

### **T graf pre a proti**

T graf môže byť použitý ako užitočná pomôcka všade tam, kde existujú protichodné pohľady, názory a postoje, keď určitá vec má svoje klady a zápory. Môže byť použitý v akejkoľvek disciplíne a umožňuje žiakom zvážiť výhody a nevýhody identifikovaného problému, postupu, konania alebo rozhodnutia. Táto aktivita podporuje hlbokú úroveň myslenia tým, že vyžaduje interakciu a podporuje zdieľanie nápadov. Žiaci by mali byť schopní porovnávať v rôznych kontextoch. V prípade potreby rozdeľte žiakov do malých skupín. Vytvoríme tabuľku s dvoma stĺpcami: pre a proti. Skopírujte tabuľku podľa počtu skupín, ktoré budete mať a zadajte aj koľko kladov a záporov majú vymyslieť. Nechajte päť až desať minút na diskusiu. Žiaci v skupinách napíšu na kartu zoznam kladov a záporov.

Požiadajte o výstup: Napíšte klady na jednu stranu papiera a zápory na druhú stranu. Kombinujte výhody a nevýhody, ktoré sú veľmi podobné, a spočítajte, koľkokrát sa opakujú, aby sa preukázala ich vnímaná dôležitosť. Zvážte využitie výhod a nevýhod ako základ pre diskusiu. Motivujte žiakov, aby tvorivo mysleli, rozvíjali nové nápady, atď. Podporujte neobmedzenú a spontánnu účasť v diskusii.

### **6. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií (10')**



## PLÁN VYUČOVACEJ HODINY

<b>Autor</b>	Anastasia Chatzipavlou © 2019
<b>Názov</b>	<b>Práva cestujúcich v leteckej doprave</b>
<b>Identifikácia vzdelávacích potrieb</b>	Výskum potrieb cieľovej skupiny nezamestnaných dospelých do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou potvrdil ich záujem o dobrovoľnú účasť na programoch ďalšieho vzdelávania spotrebiteľov. Účastníci výskumu v Grécku vybrali ako najdôležitejšie spotrebiteľské témy (Elektronický obchod, Práva cestujúcich v leteckej doprave) s ktorými už majú nejaké skúsenosti, sú prít'azlivé obsahom a motivujú ich, aby pokračovali vo vzdelávaní.
<b>Vzdelávacie ciele</b>	Schopnosť uplatňovať opatrenia na ochranu práv cestujúcich v leteckej doprave (Spoločenské a občianskej kompetencie ) Schopnosť vyjadriť svoje názory, skúsenosti a postoje zrozumiteľným a uceleným spôsobom (Komunikácia v materinskom jazyku)
<b>Materiál</b>	Prípadová štúdia: Práva cestujúcich v leteckej doprave Informačné zdroje o leteckej doprave
<b>Trvanie</b>	90 minút
<b>Užitočné odkazy</b>	Opatrenie EP a Rady č. 889/2002 o zodpovednosti leteckého dopravcu v prípade nehôd <a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002R0889&amp;from=EN">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002R0889&amp;from=EN</a> Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 261/2004 z 11. februára 2004, ktorým sa ustanovujú spoločné pravidlá systému náhrad a pomoci cestujúcim pri odmietnutí nástupu do lietadla, v prípade zrušenia alebo veľkého meškania letov <a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R0261&amp;from=GA">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R0261&amp;from=GA</a>
<b>Obsah prípadovej štúdie</b>	Obsahom prípadovej štúdie je osobná skúsenosť dievčiny vo veku 18 rokov, ktorá sa volá Christine a žije v Aténach so svojimi rodičmi. Práve začala študovať a vybrala sa sama cestovať do Ríma na desať dní, aby navštívila priateľa, ktorý tam študuje. V minulosti cestovala so svojimi rodičmi iba vnútroštátnym letom. Pred nadchádzajúcim medzinárodným letom prežíva stres. Chýbajú jej skúsenosti s riešením spotrebiteľských sporov, práve dosiahla plnoletosť a rodičia sa takýmito otázkami doteraz nezaoberali.
<b>Otázky z prípadovej štúdie</b>	<b>Otázka 1</b> Podľa vášho názoru urobila Christine správnu vec, keď opustila priestor letiska? <b>Otázka 2</b> Čo by ste vy urobili v podobnej situácii?



<p><b><u>Otázka 3</u></b> Keby ste boli rodičmi Christine, čo by ste jej poradili, aby urobila?</p> <p><b><u>Otázka 4</u></b> Bola reakcia leteckého dopravcu v súlade so zákonom o leteckej doprave?</p> <p><b><u>Otázka 5</u></b> Ak vezmeme do úvahy Christinine stratené veci, náhradu na ich zakúpenie, ako aj nákup nového kufru počas 10-dňovej návštevy v zahraničí. Čo si myslíte o výške navrhovanej náhrady? Čo by ste urobili Vy, ak by ste boli v podobnej situácii? Prijali by ste takéto odškodnenie?</p> <p><b><u>Otázka 6</u></b> Čo si myslíte, že môže Christine teraz urobiť?</p> <p><b><u>Otázka 7</u></b> Už ste niekedy v minulosti mali podobnú skúsenosť? Ako ste to zvládli?</p> <p><b><u>Otázka 8</u></b> Myslíte si, že keď cestujete lietadlom, loďou, vlakom a/alebo autobusom, môžete uplatniť svoje spotrebiteľské práva? Zdôvodnite svoju odpoveď.</p> <p><b><u>Otázka 9</u></b> Aké sú najčastejšie prekážky, ktorým čelí spotrebiteľ, keď uplatňuje svoje práva a ako sa s nimi môže vysporiadať ?</p>
---

### 1. Prezentácia vzdelávacích cieľov (3')

Predstavte si tému vyučovania tým, že pripomeniete študentom, že letecké lety sú riadené spoločným európskym právom. Opýtajte sa ich, či majú informácie alebo skúsenosť počas leteckej dopravy.

### 2. Brainstorming (20')

Žiaci sú vedení k viac úrovňovému skúmaniu otázky prostredníctvom voľného a spontánneho vyjadrenia nápadov. Učiteľ povzbudzuje zapojenie účastníkov a iba nevyhnutne zasahuje, aby sa vyjadrenie myšlienok nezúžilo do fantazijných nápadov viac než do kreatívneho vyjadrenia. Učiteľ použije (umenie, obrázky, frázovanie, atď.), aby presvedčil účastníkov k spontánnemu myšlienkam a využíva Flipchart na zapisovanie nápadov účastníka. Na konci učiteľ spojí vyjadrené frázy a predstaví špecifické princípy zadanej témy. Učiteľ zosumarizuje vyjadrenia účastníkov a vyjadrí im spätnú väzbu o ich kritickom myslení.

### 3. Prezentácia prípadovej štúdie (7')

Oboznámenie študentov s prípadovou štúdiou „Práva cestujúcich v leteckej doprave.“

### 4. Kooperatívne učenie (30')

Rozdeľte študentov do skupín po štyroch a odovzdajte im informačné zdroje o právach cestujúcich v leteckej doprave. Zadajte im úlohy a pracovný čas:

- Zistite informácie v právach cestujúcich?
- Aké informácie by ste mali poznať pred letom?



- Ako tieto informácie pomáhajú spotrebiteľom?
- Aké sú obchodné podmienky cestujúcich v leteckej doprave?
- Sú tieto obchodné podmienky v súlade so zákonom?
- Ako by ste vyjednávali o odškodnení za stratené veci a kufor počas návštevy v zahraničí?
- Čo si myslíte o odškodnení - výške navrhovanej náhrady?
- Ktoré predpisy to umožňujú kontrolovať?

Požiadajte žiakov, aby svoje výsledky prezentovali celej triede.

## 5. Demonštrácia (20')

Vyzvite žiakov študentov, aby pri rezervácii letu uvádzali povinné informácie. Požiadajte žiakov, aby ich identifikovali na letenke a vysvetlili ich obsah nakreslením, zápisom alebo vytvorením koláže.

Potom ich požiadajte, aby predstavili svoje nápady ostatným žiakom.

## 6. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií (10')

### PLÁN VYUČOVACEJ HODINY

<b>Autor</b>	Konstantia Zogaki © 2019
<b>Názov</b>	<b>Elektronický obchod - právo na výber</b>
<b>Identifikácia vzdelávacích potrieb</b>	Výskum potrieb cieľovej skupiny nezamestnaných dospelých do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou potvrdil ich záujem o dobrovoľnú účasť na programoch ďalšieho vzdelávania spotrebiteľov. Účastníci výskumu v Grécku vybrali najdôležitejšie spotrebiteľské témy (Elektronický obchod, Práva cestujúcich v leteckej doprave), s ktorými už majú skúsenosti, sú prístupné obsahom a motivujú ich, aby pokračovali vo vzdelávaní.
<b>Vzdelávacie ciele</b>	Schopnosť uplatňovať opatrenia na ochranu spotrebiteľa pri uzatváraní zmlúv na diaľku / elektronického obchodu (Spoločenské a občianske kompetencie) Schopnosť vyjadriť svoje názory, skúsenosti a postoje zrozumiteľným a uceleným spôsobom (Komunikácia v materinskom jazyku)
<b>Materiál</b>	Prípadová štúdia: Právo na odstúpenie od elektronického obchodu Informačné zdroje o elektronickom obchode
<b>Trvanie</b>	90 minút



<b>Užitočné odkazy</b>	Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83 / EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov
<b>Obsah prípadovej štúdie</b>	Obsahom prípadovej štúdie je mladý chlapec, Michael, ktorý je 23-ročným študentom, žije v Grécku a nemá skúsenosti s online nakupovaním, pretože nikdy nepoužil internet na kúpu žiadneho produktu. Chce kúpiť darček pre svojho brata, ktorý má narodeniny o päť dní, nemá však čas venovať sa prieskumu trhu, pretože v súčasnosti študuje na nadchádzajúce skúšky. Michael využil vyhľadávač a rozhodol sa kúpiť tento darček online, aby ušetril čas a peniaze. V súčasnosti nie je zamestnaný; sústreďuje sa na štúdium a žije z príspevku rodičov. Michael čelí spotrebiteľskému sporu s dodávateľom po prvýkrát.
<b>Otázky z prípadovej štúdie</b>	<b>Otázka 1</b> Má Michael zodpovednosť za akékoľvek chyby alebo opomenutia počas online nakupovania? <b>Otázka 2</b> Podľa vášho názoru, môže Michael odstúpiť od nákupu a žiadať vrátenie peňazí? <b>Otázka 3</b> Sú podľa vás časti zmluvných podmienok nezrozumiteľné? <b>Otázka 4</b> Bola informácia zástupcu o práve na odstúpenie od zmluvy správna? <b>Otázka 5</b> Už ste niekedy čelili podobnému prípadu v minulosti? <b>Otázka 6</b> Ako ste to zvládli? <b>Otázka 7</b> Čo podľa teba môže Michael odteraz robiť? Kto by mohol zastupovať Michaelove práva? <b>Otázka 8</b> Veríte, že online nakupovanie predstavuje nebezpečenstvo? Ktoré nebezpečenstvá sú podľa vášho názoru najdôležitejšie?

### 1. Prezentácia učebných cieľov (3')

Predstavte si tému tým, že pripomeniete študentom, že zmluvy na diaľku sú v európskom právnom rámci. Napríklad ich požiadajte, aby uviedli, či majú počas elektronického obchodu nejaký problém.

### 2. Prezentácia prípadovej štúdie (7')

Oboznámenie študentov s prípadovou štúdiou „Elektronický obchod: právo na odstúpenie.“

### 3. Kooperatívne učenie (30')

Rozdeľte študentov do skupín po štyroch a odovzdajte im informačné zdroje o elektronickom obchode.



Zadajte žiakom úlohy a určte pracovný čas:

- Zistite právne informácie.
- Aké informácie by mali vedieť skôr, ako začnú uzatvárať zmluvy na diaľku?
- Ako tieto informácie pomáhajú spotrebiteľom?
- Aké sú podmienky pre zmluvy na diaľku?
- Je odpoveď obchodu v súlade s európskym právom?
- Ako by ste vyjednávali o nákladoch na produkt, ktorý nie je pre vás vhodný?
- Čo si myslíte o zástupcoch elektronického obchodu?
- Aký právny predpis kontroluje tento argument ?

Zoskupte žiakov a požiadajte ich, aby prezentovali svoje výsledky celej skupine.

### 5. Individuálne cvičenie (20´)

Zvyčajne zahŕňa samostatnú prácu na vypracovaní úlohy, ktorý rieši jeden problém, zameraný na to, aby žiaci dospeli k vlastným záverom pod dohľadom učiteľa.

Pozvite študentov, aby identifikovali povinné informácie v zmluvách na diaľku. Požiadajte študentov, aby ich identifikovali v elektronickom obchode a vizualizovali ich opisom, nakreslením, zápisom alebo vytvorením koláže.

Potom ich vyzvite, aby napísali reklamáciu ( žiakom by sa mal poskytnúť formulár sťažnosti) týkajúci sa práva na odstúpenie od zmluvy na diaľku. Na konci ich požiadajte, aby predstavili svoje nápady celej skupine.

### 5. Čítanie a písanie pre kritické myslenie (20´)

Táto metóda využíva postupnosť trojfázového modelu procesu myslenia a učenia.

Nechajte študentov pracovať na týchto úlohách.

**Evokácia** - znamená aktívne prepojenie vedomostí študenta s kontextom témy

Aké ekonomické dôsledky môžu nastať bez znalosti spotrebiteľských práv?

**Uvedomenie si významu** – znamená kombinovať a spájať nové informácie a staré informácie do pamäte žiakov. Aký význam pre spotrebiteľa prináša starostlivé prečítanie zmluvných podmienok pri všetkých transakciách?

**Reflexia** – znamená aktívne spracovanie informácií a zaradenie do predchádzajúcich súborov informácií. Pomáha tento postup šetriť finančný rozpočet spotrebiteľa ?

Požiadajte žiakov, aby sa zhromaždili v kruhu a diskutovali o svojich zisteniach. Potom zosumarizujte ich vyjadrenia a povedzte im svoju spätnú väzbu o ich kritickom myslení.

### 6. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií (10´)

*Tento dokument bol pripravený s podporou Európskej komisie a vyjadruje iba názory autorov. Komisia nezodpovedá za akékoľvek použitie informácií v ňom obsiahnutých.*



## PLÁN VYUČOVACEJ HODINY

<b>Autor</b>	Flavia Cavaleiro © 2019
<b>Názov</b>	<b>Reklama a spotrebiteľské správanie</b>
<b>Identifikácia vzdelávacích potrieb</b>	Práca so skupinami nezamestnaných dospelých do 29 rokov s s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou ukázala, ako je možné stimulovať záujem o spotrebiteľské správanie a ako vnímajú účasť na programoch spotrebiteľského vzdelávania. Účastníci výskumu v Taliansku vyjadrili záujem o témy, ktoré sú ľahko identifikovateľné v bežných činnostiach ako je reklama, ochrana životného prostredia, výživa, ako aj osobnejšie, napríklad pri správe rodinného rozpočtu.
<b>Vzdelávacie ciele</b>	Schopnosť kriticky vnímať a dekodovať reklamu (Spoločenské a občianske kompetencie) Používať materinský jazyk pozitívnym, jasným a tvorivým spôsobom (Komunikácia v materinskom jazyku)
<b>Materiál</b>	Prípadová štúdia: Reklama a spotrebiteľské správanie Časopisy a inzeráty sociálnych médií Perá alebo ceruzky Poznámkové bloky alebo listy
<b>Trvanie</b>	90 minút
<b>Užitočné odkazy</b>	<a href="https://www.easa-alliance.org/">https://www.easa-alliance.org/</a> <a href="https://books.google.it/books?id=NAfcCgAAQBAJ&amp;pg=PA20&amp;lpg=PA20&amp;dq=decodificare+la+pubblicit%C3%A0+eu&amp;source=bl&amp;ots=rA1m2sOx65&amp;sig=ACfU3U3gomjHIMNNjRfVcOpubaLnpWb1QA&amp;hl=it&amp;sa=X&amp;ved=2ahUKEwjDs7D9_7LmAhVR4qQKHf07CHgQ6AEwB3oECAoQAQ#v=onepage&amp;q=decodificare%20la%20pubblicit%C3%A0%20eu&amp;f=false">https://books.google.it/books?id=NAfcCgAAQBAJ&amp;pg=PA20&amp;lpg=PA20&amp;dq=decodificare+la+pubblicit%C3%A0+eu&amp;source=bl&amp;ots=rA1m2sOx65&amp;sig=ACfU3U3gomjHIMNNjRfVcOpubaLnpWb1QA&amp;hl=it&amp;sa=X&amp;ved=2ahUKEwjDs7D9_7LmAhVR4qQKHf07CHgQ6AEwB3oECAoQAQ#v=onepage&amp;q=decodificare%20la%20pubblicit%C3%A0%20eu&amp;f=false</a> <a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l32010&amp;from=IT">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l32010&amp;from=IT</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=tGO5TibZobQ">https://www.youtube.com/watch?v=tGO5TibZobQ</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=rbQOb4dHXys">https://www.youtube.com/watch?v=rbQOb4dHXys</a>
<b>Obsah prípadovej štúdie</b>	Dve dievčatá, ktoré majú rozdielny prístup k peniazom a nákupom si idú kúpiť riasenku. Jedna požiada predajcu o pomoc a povie, koľko môže minúť, druhá chce riasenku, ktorú videla v televízii, pretože si je istá, že je to najlepšie, s čím sa môže porovnávať aj





	jej priateľka. Fotografia ukazuje, že rozdiely predstavené v reklame neboli nájdené. Reklama vie, ako ovplyvniť výber spotrebiteľov, je preto potrebné, aby sa spotrebiteľia naučili reklamu dešifrovať.
<b>Otázky z prípadovej štúdie</b>	Otázka č. 1 Ktorá z dvoch dievčat prezentovala uvedomejšie správanie spotrebiteľa? Otázka č. 2 Ak chcete robiť nákup, najprv preveríte rôzne ponuky na trhu alebo priamo nakúpíte na mieste, ktoré sa vám páči? Otázka č. 3 Do akej miery ste ovplyvnení reklamou? Otázka č. 4 Ak si kúpite produkt a až po kúpe vidíte, že nemá funkcie uvedené v reklame, čo plánujete urobiť? Otázka č. 5 Koľko typov reklamy poznáte? Otázka č. 6 Aký je rozdiel medzi reklamou a marketingom?

### 1. Prezentácie a tvorba klímy skupiny (10´)

Prvých 10 minút je venovaných vytvoreniu klímy skupiny. Po krátkej prezentácii učiteľ požiada každého účastníka o vyjadrenie, či je presvedčený, že je ovplyvnený reklamou. Pýta sa tiež, či existuje reklama, ktorá ich obzvlášť ovplyvnila alebo či si niekto pamätá reklamy bez toho, aby vedel prečo. Nakoniec sa učiteľ pýta na ich očakávania týkajúce sa vzdelávania.

### 2. Prezentácia prípadovej štúdie (15´)

Ďalšia časť vyučovacej hodiny je venovaná prezentácii prípadovej štúdie.

### 3. Teória a technika (15´)

Ďalšia časť vyučovania je venovaná prezentácii histórii reklamy. Prostredníctvom programu PowerPoint založeného na obrázkoch a videách sa uľahčí učenie a zabezpečí pozornosť žiakov. Po sledovaní série televíznych reklám (starých aj súčasných) sú žiakom prezentované niektoré snímky papierovej reklamy a opísané niektoré z prítomných reklamných techník, od použitia farby až po výber hudobnej znelky (džinglu) ako upútavky.

### 4. Kooperatívne učenie (30´)

Učiteľ rozdelí triedu na tímovú prácu do podskupín. Na rozdelenie triedy do podskupín si učiteľ môže zvoliť rôzne kritériá, môže vybrať delenie podľa:

1. heterogénnosti úrovne vedomostí (podskupina v tomto prípade potrebuje väčšiu podporu a existuje riziko, že niekto menej spolupracuje);
2. homogenity úrovne vedomostí (podskupina sa v práci uľahčuje a učiteľ bude musieť dohliadať, aby stimuloval);
3. náhodné rozdelenie;



4. preferencie študentov (zvyčajne si vyberajú spoločníkov na základe spoločných charakteristík).

Zadanie práce podskupinám:

a) Každá podskupina zvolí hovorcu, ktorý na predstaví prácu skupiny, ktorú zastupuje

b) Každá podskupina bude mať analyzovať inú reklamu podľa:

- aké sú dominantné farby;

- čo tieto farby sprostredkujú;

- komu je správa určená;

- aká je správa.

c) Žiaci používajú materiály, ktoré priniesli z domu (časopisy a príspevky zo sociálnych médií, ako je Facebook) alebo ktoré obstaral učiteľ.

Po dvadsiatich minútach učiteľ ukončí skupinovú prácu a každý hovorca predstaví dosiahnuté výsledky. Učiteľ poskytne spätnú väzbu každej skupine.

### 5. Demonštrácia (10')

Na základe prezentovaných reklám z časopisov vyzvite žiakov, aby identifikovali, čo považujú v reklame za zavádzajúce skutočnosti. Požiadajte niektorých žiakov, aby dobrovoľne predstavili svoje názory celej triede.

### 6. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií (10')

## PLÁN VYUČOVACEJ HODINY

<b>Autor</b>	Flavia Cavaleiro © 2019
<b>Názov</b>	<b>Spotrebiteľské správanie a environmentálne otázky</b>
<b>Identifikácia vzdelávacích potrieb</b>	Práca so skupinami nezamestnaných dospelých do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou ukázala, ako je možné stimulovať záujem o spotrebiteľské správanie a ako vnímajú účasť na programoch spotrebiteľského vzdelávania. Účastníci výskumu v Taliansku vyjadrili záujem o témy, ktoré sú ľahko identifikovateľné v bežných činnostiach ako je reklama, ochrana životného prostredia, výživa, ako aj osobnejšie, napríklad správa rodinného rozpočtu



## Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

<b>Vzdelávacie ciele</b>	Zistiť čo môže jednotlivec zmeniť, ak jeho správanie rešpektuje životné prostredie (Spoločenské a občianske kompetencie). Vyhľadávať, zbierať a spracovať informácie o ochrane životného prostredia (Komunikácia v materinskom jazyku)
<b>Materiál</b>	Prípadová štúdia: Environmentálne otázky a spotrebiteľské správanie Perá alebo ceruzky Poznámkové bloky alebo listy
<b>Trvanie</b>	90 minút
<b>Užitočné odkazy</b>	<a href="https://europa.eu/european-union/topics/environment_it">https://europa.eu/european-union/topics/environment_it</a> <a href="http://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/71/politica-ambientale-principi-general-e-quadro-di-riferimento">http://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/71/politica-ambientale-principi-general-e-quadro-di-riferimento</a> <a href="http://www.berlin89.info/images/Ciao_Europa/Comunita_Europea/PoliticaUE.pdf">http://www.berlin89.info/images/Ciao_Europa/Comunita_Europea/PoliticaUE.pdf</a> <a href="http://www.autoritadistrettoac.it/sites/default/files/notizie/allegati/dg_ambiente.pdf">http://www.autoritadistrettoac.it/sites/default/files/notizie/allegati/dg_ambiente.pdf</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=JHVjBTVYJLs">https://www.youtube.com/watch?v=JHVjBTVYJLs</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=DbNOyQ46X1U">https://www.youtube.com/watch?v=DbNOyQ46X1U</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=nkCClnZQJvQ">https://www.youtube.com/watch?v=nkCClnZQJvQ</a>
<b>Obsah prípadovej štúdie</b>	Štyria priatelia si prenajali dovolenkový byt, majú málo peňazí a sú tu náklady na spotrebu vody a elektriny. Vytvárajú spoločný fond pre potraviny, saponáty a osobnú hygienu a rozdeľujú si úlohy. Jedna skupina pozorne sleduje a rešpektuje životné prostredie, druhá skupina je menej citlivá k prírode, a preto sa snažia ich vychovávať.
<b>Otázky z prípadovej štúdie</b>	Otázka č. 1 Aké chyby sa môžu vyskytnúť každý deň na úkor životného prostredia v dôsledku zlých návykov? Otázka č. 2 Myslíte si, že je ťažké udržať spotrebiteľské správanie v prospech životného prostredia? Otázka č. 3 Kde možno nájsť informácie o správnom environmentálnom správaní? Otázka č. 4 Ktoré každodenné pravidlá môžu čo najmenej poškodzovať životné prostredie? - Zostavte zoznam postupov v kuchyni, ktoré sú orientované v prospech životného prostredia; - Zostavte zoznam spotrebiteľského správania v domácnosti v prospech životného prostredia



## 1. Prezentácie a tvorba klímy skupiny (10´)

Prvých 10 minút je venovaných vytvoreniu skupiny. Po krátkej prezentácii témy učiteľ požiada každého účastníka, aby sa predstavil a vyjadril aký má záujem o ochranu životného prostredia a stručne povedal, aké opatrenia je ochotný prijať v prospech ochrany životného prostredia. Na konci sa učiteľ pýta žiakov aké majú očakávania od tejto vyučovacej hodiny.

## 2. Prezentácia prípadovej štúdie (10´)

Oboznámenie žiakov s prípadovou štúdiou „Environmentálne otázky a spotrebiteľské správanie“.

## 3. Prezentácia videonahrávok (5´)

Videodokument predstavuje zrozumiteľným a podmanivým spôsobom metódy ochrany životného prostredia, ktoré by mal prijať každý z nás. Nájdete ich na Youtube, napr. „52 vecí, ktoré môžete urobiť, aby ste šetrili životné prostredie“

<https://www.youtube.com/watch?v=JHVjBTVYJLs>

## 4. Individuálne cvičenie (25´)

Samostatná práca zahŕňa riešenie jedného problému, aby žiaci dospeli k vlastným záverom pod dohľadom učiteľa. Po skončení videoprezentácie si žiaci rozdelia poznámkový blok na dve časti. V prvom stĺpci napíšu „Veci, ktoré na mne nezávisia“ a do druhého stĺpca napíšu „Veci, ktoré závisia na mne“. Na doplnenie týchto zoznamov budú mať čas desať minút. Potom sa s vecami zo zoznamu spoločne oboznámia .

## 5. Čítaním a písaním ku kritickému mysleniu (30´)

Táto metóda využíva postupnosť trojfázového modelu procesu myslenia a učenia.

Nechajte žiakov, aby na riešení úloh pracovali samostatne.

**Evokácia** – znamená aktívne prepojenie vedomostí študenta s kontextom témy.

Požiadajte žiakov, aby si spomenuli na negatívne skúsenosti s potravinami.

**Uvedomenie** – znamená kombinovať a spájať nové informácie a staré informácie do pamäte žiakov. Aké zdravotné následky môžu nasledovať pri zhoršovaní stavu životného prostredia (zvýšenie znečistenia, masívna spotreba zdrojov, plytvanie potravinami a vodou).

**Reflexia** – znamená aktívne spracovanie informácií a zaradenie do predchádzajúcich súborov informácií. Požiadajte žiakov, aby sa sústredili do kruhu a vyjadrili aký úžitok získa rodinný rozpočet väčšou pozornosťou životnému prostrediu.

Učiteľ potom zosumarizuje vyjadrenia žiakov a poskytne im spätnú väzbu o ich kritickom myslení.

## 6. Hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií (10´)

*Tento dokument bol pripravený s podporou Európskej komisie a vyjadruje iba názory autorov. Komisia nezodpovedá za akékoľvek použitie informácií v ňom obsiahnutých.*