



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

Názov projektu: Rozvoj kľúčových kompetencií dospelých prostredníctvom inovatívneho programu spotrebiteľského vzdelávania
Zmluva č. 2018-1-SK01-KA204-046393

TVORBA VZDELÁVACIEHO PROGRAMU A JEHO OVERENIE NA SLOVENSKU



UNION OF WORKING
CONSUMERS OF GREECE



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

Opis projektu

Cieľom projektu Rozvoj kľúčových kompetencií dospelých prostredníctvom inovatívneho programu spotrebiteľského vzdelávania je rozšíriť ponuku vzdelávacích programov prispôbených potrebám nezamestnaných do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou a zvýšiť kompetencie vzdelávateľov.

Cieľ výskumu: Overiť kvalitu vzdelávacieho programu rozvíjať a merať kľúčové kompetencie

Výber vzorky: nezamestnaní do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou

Výskumný postup: Akčný výskum

Výskumné metódy: Pozorovanie, hodnotenie, metódy spracovania údajov, diskusia, metóda prezentácie výsledkov

Výskumné otázky:

1. Bola zvolená téma spotrebiteľského vzdelávania prítlačivá a motivujúca?
2. Podnietilo zážitkové, skúsenostné vyučovania aktivitu žiakov o učenie ?
3. Akú kvalitu vypracovaných úloh prezentovali účastníci vzdelávania ?
4. Zvládli žiaci riešenie úloh v stanovenom čase?
5. Boli pri riešení úloh aktívni všetci členovia skupiny?
6. Zapájali sa do komunikácie všetci účastníci vzdelávania?
7. Boli nástroje na meranie rozvoja kľúčových kompetencií vhodne vytvorené?
8. Merali indikátory rôzne úrovne rozvoja kľúčových kompetencií účastníkov?
9. Potvrdilo overovanie rozvoj sociálnych a spoločenských kompetencií? Ktoré vedomosti, zručnosti postoje boli rozvíjané a v akej kvalite?
10. Potvrdilo overovanie rozvoj komunikácie v materinskom jazyku? Ktoré komunikačné zručnosti boli rozvíjané a v akej kvalite?
11. Bolo sebahodnotenie zapojenia účastníkov vzdelávania objektívne?
12. Potvrdili účastníci, že spotrebiteľské vzdelávanie je užitočné a chcú sa vzdelávať ?
13. Potvrdil akčný výskum, že program spotrebiteľského vzdelávania splnil ciele rozvoja kľúčových kompetencií ?

Miesto výskumu: Banská Bystrica, Kežmarok, Stará Ľubovňa

PRVÉ OVEROVANIE

Dátum a čas : 26.02.2020

Miesto konania: Úrad práce, sociálnych vecí a rodiny, ČSA 7, 974 01 Banská Bystrica

Výskumníci : Božena Stašenková, Andrea Stašenková

Trvanie : 90 minút

Počet respondentov: 9

Výskumný súbor		Muži	Ženy
Vek	16-19 rokov		
	20-24 rokov	5	2
	25-29 rokov	2	
Stupeň vzdelania	ISCED 1 Základné vzdelanie		2
	ISCED 2 Nižšie sekundárne vzdelanie	7	
	ISCED 3 Vyššie sekundárne vzdelanie		
Doba nezamestnanosti	1-4 roky	5	2
	5-9 rokov	2	
	Viac než 10 rokov		

Tabuľka č.1 : Zloženie výskumného súboru v Banskej Bystrici

TÉMA VYUČOVACEJ HODINY: Reklamácie

Vzdelávacie ciele:

1. Schopnosť riešiť reklamácie s využitím demokratických pravidiel (Spoločenské a občianske kompetencie)
2. Schopnosť efektívnej a konštruktívnej komunikácie (Komunikácia v materinskom jazyku)

Tému Reklamácie vybrali nezamestnaní vo februári 2019 v Banskej Bystrici počas prvého pracovného stretnutia s nezamestnanými. Z celkového počtu deviatich účastníkov boli dvaja účastníkmi aj prvého výskumu vzdelávacích potrieb v Banskej Bystrici.

1. Bola zvolená téma spotrebiteľského vzdelávania atraktívna a motivujúca?

Téma Reklamácie motivovala záujem o vzdelávanie, účastníci vyjadrili, že majú s touto témou osobnú skúsenosť. Vybraná téma podnecovala ku aktívnej práci počas všetkých aktivít, v samostatnej práci, aj v pracovných skupinách.

2. Podnietilo zážitkové, skúsenostné vyučovania aktívne učenie ?

Prípadová štúdia z bežného života spotrebiteľov umožnila využiť zážitkové učenie, čím sa zvýšila aktivita a iniciatíva účastníkov. Prípadová štúdia s názvom Reklamácie prebudila záujem vypracovať pravidlá na riešenie reklamácií s využitím osobnej skúsenosti.

3. Akú kvalitu vypracovaných úloh prezentovali účastníci vzdelávania ?

Vypracovanie úloh formou kooperatívnej práce prezentovalo kvalitatívne vyššiu úroveň, keďže sa na nich podieľali viacerí členovia skupiny. V individuálnom učení účastníkov bolo vidieť výraznejšie rozdiely v kvalite vypracovaných úloh.

4. Zvládli žiaci vyriešiť úlohy v stanovenom čase?

Zadané úlohy boli vypracované v stanovenom čase, niektorí účastníci počas samostatnej práce by potrebovali viac času na dopracovanie.

5. Boli všetci členovia skupiny pri riešení úloh aktívni?

Všetci členovia skupiny boli aktívni a neboli zaznamenané žiadne rušivé momenty.

6. Zapájali sa do komunikácie všetci účastníci vzdelávania?

Niektorí účastníci na aktívne zapojenie do diskusie potrebujú viac času, potrebujú, aby sa vzájomne poznali, nadobudli pocity bezpečia a nadviazali potrebné sociálne kontakty.

7. Boli nástroje na meranie rozvoja kľúčových kompetencií vhodne vytvorené?

Indikátory na meranie rozvoja kľúčových kompetencií boli vhodne nastavené a umožnili vzdelávateľom formatívne hodnotenie rozvoja kľúčových kompetencií.

8. Merali ukazovatele rôzne úrovne rozvoja kľúčových kompetencií účastníkov?

Vybrané ukazovatele umožnili vzdelávateľom sledovať tri rôzne úrovne kvality výkonov rozvoja kľúčových kompetencií účastníkov.

9. Potvrdilo overenie vývoj sociálnych a občianskych kompetencií? Ktoré vedomosti, zručnosti a postoje boli rozvíjané a v akej kvalite?

Účastníci preukázali schopnosť identifikovať právne predpisy na ochranu spotrebiteľov a využívať ich pri riešení reklamácií. Respondenti riešili reklamácie na začiatku bez informačných zdrojov, neskôr s využitím právnych predpisov, pokračovali vyjadrením etických a právnych postojov.

10. Potvrdilo overovanie rozvoj komunikácie v materinskom jazyku? Ktoré komunikačné zručnosti boli rozvíjané a v akej kvalite?

Využitie metódy incenácie umožnilo, aby respondenti rozvíjali komunikačné zručnosti riešením konkrétnej opísanej reklamácie. Po ukončení hry na predávajúceho a kupujúceho účastníci hodnotili komunikáciu oboch aktérov rolovej hry. Rozvíjané boli najmä zručnosti jasne

vyjadrovať požiadavky. Pozorovaním a hodnotením komunikácie medzi aktérmi reklamačného konania rozvíjali vlastné komunikačné schopnosti a zároveň sa učili hodnotiť komunikáciu.

11. Bolo sebahodnotenie zapojenia účastníkov vzdelávania objektívne?

Sebahodnotenie účastníkov vzdelávania bolo zjednodušené na vyjadrenie súhlasu áno/nie s pripravenými výrokmi, tvrdeniami formou emotikonov. Novosť spôsobu hodnotenia pravdepodobne spôsobila, že účastníci nadhodnocovali úroveň nadobudnutých vedomostí a schopností.

12. Potvrdili účastníci, že vzdelávanie spotrebiteľov je užitočné a chcú sa vzdelávať?

Po ukončení overovania bola s účastníkmi vzdelávania uskutočnená diskusia o význame vzdelávania pre rozvoj kľúčových kompetencií. Všetci účastníci vzdelávania prejavili záujem pokračovať v takomto type vzdelávania a vyjadrili názor, že vzdelanie im zvýši šance na lepšie uplatnenie v spoločnosti.

13. Potvrdil akčný výskum, že program spotrebiteľského vzdelávania splnil ciele rozvoja kľúčových kompetencií ovať ?

Nástroje na hodnotenie a meranie kvality rozvoja kľúčových kompetencií umožnili vzdelávateľom potvrdiť, že dosiahli stanovené ciele a merali rozvoj spoločenskej a občianskej kompetencie v troch rôznych výkonnostných úrovniach. Výskumníci potvrdili, že na meranie rôznej kvality výkonov komunikácie v materinskom jazyku budú potrebovať dlhšie časové obdobie a poznať úroveň komunikačnej kompetencie na začiatku vzdelávania.

DRUHÉ OVEROVANIE

Dátum a čas overovania: 03.03.2020

Miesto konania: Úrad práce, sociálnych vecí a rodiny, Dr. Alexandra 61, Kežmarok

Meno výskumníkov: Božena Stašenková, Andrea Stašenková

Trvanie podujatia: 90 minút

Počet respondentov: 11

Výskumný súbor		Muži	Ženy
Vek	16-19 rokov	2	0
	20-24 rokov	3	0
	25-29 rokov	1	5
Stupeň vzdelania	ISCED 1 Základné vzdelanie	4	2
	ISCED 2 Nižšie sekundárne vzdelanie	2	3

	ISCED 3Vyššie sekundárne vzdelanie	0	0
Doba nezamestnanosti	1-4 roky	5	1
	5-9 rokov	2	3
	Viac než 10 years	0	0

Tabuľka č.2 : Zloženie výskumného súboru v Kežmarku

TÉMA: Potraviny – čo sa doma naučíš

Vzdelávacie ciele:

- 1. Schopnosť využívať opatrenia na ochranu spotrebiteľa pri označovaní potravín (Spoločenské a občianske kompetencie).**
- 2. Schopnosť vyjadriť názory, skúsenosti a postoje jasným a súvislým spôsobom (Komunikácia v materinskom jazyku)**

Interpretácia výskumných zistení

Tému prípadovej štúdie vybrali nezamestnaní počas prieskumu potrieb vzdelávaných v Kežmarku, vo februári 2019. Téma potraviny a ich označovanie bola blízka ich osobnej skúsenosti a interaktívne metódy podporili ich záujem o učenie. Prípadová štúdia motivovala respondentov, aby sústredene pracovali a aktívne riešili teoretické aj praktické úlohy. V rámci individuálnej aj skupinovej práce riešili úlohy ako označovať potraviny, ktoré demonštrovali na konkrétnych príkladoch. Aplikácia metódy EUR na rozvoj kritického myslenia bola pre účastníkov náročnou úlohou a vyžadovala viac vysvetlenia.

Meranie rozvoja kľúčových kompetencií

Indikátory na sledovanie rozvoja kľúčových kompetencií boli rozpracované do výrokov, ktoré umožnili výskumníkom monitorovať výkony účastníkov na trojstupňovej škále. Prezentácia pravidiel o označovaní potravín zástupcami skupín preukázala, že nadobudli potrebné vedomosti a praktické skúsenosti potrebné pre uvedoméle nakupovanie a správanie spotrebiteľa. Rozvoj komunikácie v materinskom jazyku výskumníci merali najmä v úrovni zapájania sa do diskusie a súvislejšom vyjadrovaní názorov a skúseností.

Meranie rozvoja kľúčových kompetencií výskumníkom dopĺňalo sebahodnotenie účastníka, ktorý hodnotil dosiahnutie cieľov súhlasom alebo nesúhlasom s príslušnými výrokmami v tabuľke. Nadmerne pozitívnu spokojnosť účastníkov s dosahovanými cieľmi možno pripísať nedostatkom skúseností s touto formou hodnotenia.

TRETIE OVEROVANIE

Dátum a čas overovania: 09.07.2020

Miesto konania: Námestie gen. Štefánika 6, Stará Ľubovňa

Meno výskumníkov: Božena Stašenková, Andrea Stašenková

Trvanie podujatia: 90 minút

Počet respondentov: 6

Výskumný súbor		Muži	Ženy
Vek	16-19 rokov	1	
	20-24 rokov	3	2
	25-29 rokov	1	
Stupeň vzdelania	ISCED 1 Základné vzdelanie	3	2
	ISCED 2 Nižšie sekundárne vzdelanie	1	
	ISCED 3 Vyššie sekundárne vzdelanie		
Doba nezamestnanosti	1-4 roky	2	2
	5-9 rokov	2	
	Viac než 10 years		

Tabuľka č.3 : Zloženie výskumného súboru v Starej Ľubovni

TÉMA: Nakupovať alebo nenakupovať? Možno trochu šetriť a potom nakupovať?

Vzdelávacie ciele:

- 1. Schopnosť zmeniť spotrebiteľské správanie na menej konzumný spôsob (Spoločenské a občianske kompetencie)**
- 2. Schopnosť vyjadriť a interpretovať myšlienky ústnou formou (Komunikácia v materinskom jazyku)**

Interpretácia výskumných zistení

Obsah prípadovej štúdie bol vytvorený na základe preferencií účastníkov fokusových skupín v Klaipéde, v Litve. Prípadová štúdia o nakupovaní je motivujúca, téma uvedomelého spotrebiteľského správania zaujala účastníkov vzdelávania. Niektoré úlohy z prípadovej štúdie sú náročnejšie, a tak zadané úlohy boli vyriešené v rôznej kvalite. Problémové úlohy sú náročnejšie, pretože vyžadujú vedomosti a širšie pochopenie pojmov spotrebiteľského správania. Na základe overovania výskumníci odporúčajú zmenšiť počet a náročnosť zadaných úloh pre skupinovú prácu

Meranie rozvoja kľúčových kompetencií

Na meranie rozvoja kľúčových kompetencií využili výskumníci štruktúrované pozorovacie tabuľky, ktoré obsahovali výroky s opisom rôznej úrovne sledovaných výkonov. Účastníci overovania dosiahli stanovené ciele a nadobudli potrebné spoločenské a občianske kompetencie, ktoré im umožňujú kriticky hodnotiť konzumný a uvedomelý spôsob spotrebiteľského správania.

Do procesu hodnotenia rozvoja kľúčových kompetencií boli zapojení samotní účastníci vzdelávania, ktorí prezentovali hodnotenie impulzívneho a plánovaného nakupovania vo vzťahu k ochrane životného prostredia.

Meranie rozvoja komunikačných kompetencií prebiehalo na pozadí účastníkov diskusie a ich ochoty meniť spotrebiteľské správanie v prospech prírody, kedy sa spotrebitelia dobrovoľne vzdávajú spotreby niektorých vecí.

ŠTVRTÉ OVEROVANIE

Dátum a čas overovania: 09.07.2020

Miesto konania: Nám. gen. Štefánika 6, Stará Ľubovňa

Meno výskumníkov: Božena Stašenková, Andrea Stašenková

Trvanie podujatia: 90 minút

Počet respondentov: 6

Výskumný súbor		Muži	Ženy
Vek	16-19 rokov	1	
	20-24 rokov	3	2
	25-29 rokov	1	
Stupeň vzdelania	ISCED 1 Základné vzdelanie	3	2
	ISCED 2 Nižšie sekundárne vzdelanie	1	
	ISCED 3 Vyššie sekundárne vzdelanie		
Doba nezamestnanosti	1-4 roky	2	2
	5-9 rokov	2	
	Viac než 10 years		

Tabuľka č.4 : Zloženie výskumného súboru v Starej Ľubovni

TÉMA: Oplyvňujem svet výberom potravín?

Vzdelávacie ciele:

1. Schopnosť kriticky hodnotiť vplyv spotreby na životné prostredie (Spoločenské a občianske kompetencie)
2. Schopnosť komunikovať s ostatnými spotrebiteľmi o ochrane životného prostredia (Komunikácia v materinskom jazyku)

Interpretácia výskumných zistení

Obsah prípadovej štúdie tvorila téma, ktorá bola navrhnutá počas prvého stretnutia fokusovej skupiny v roku 2019 vo Vilniuse, v Litve. Príbeh z prípadovej štúdie podnecoval záujem účastníkov o učenie. Text prípadovej štúdie navrhujeme skrátiť a ušetrený časový priestor využiť na riešenie problémových úloh, ktorých počet vzhľadom k určenému časovému limitu je tiež potrebné redukovať. Uvedomelé spotrebiteľské správanie si žiada podrobnejšie vysvetlenie pojmu a uvedenie do súvislostí bežného života spotrebiteľa. Využitie interaktívnych metód vzdelávania podporilo aktívny záujem účastníkov vzdelávania a ciele vzdelávania boli dosiahnuté

Meranie rozvoja kľúčových kompetencií

Rozvoj spoločenských a občianskych kompetencií prezentovali účastníci vyjadrením šetrnejšieho spotrebiteľského správania a priateľského marketingu na spotrebiteľov smerom k ochrane životného prostredia. Indikátory - hodnotiace výroky umožnili výskumníkom, aby pozorovanie sústredili na meranie kvality výkonov účastníkov, a tým potvrdili rozvoj spoločenských a občianskych kompetencií. Účastníci sa podieľali na meraní rozvoja kľúčových kompetencií formou vypracovania televízneho komentára.

Výskumníci potvrdili, že stanovené ciele rozvoja kľúčových kompetencií boli splnené a nástroje na meranie rozvoja kľúčových kompetencií umožňujú sledovať tri rôzne úrovne kvality ich rozvoja. Kvalita výkonov komunikácie v materinskom jazyku je ťažšie merateľná z dôvodu, že chýba vzájomné poznanie účastníkov, a tým aj pocit bezpečnosti pri vyjadrovaní názorov a stanovísk.

DISKUSIA

Záver z overovania vzdelávacieho programu nie je možné zovšeobecňovať, ale umožňujú nám diskutovať:

1. Motivácia je jedným z najdôležitejších predpokladov učenia a kľúčovou kompetenciou pedagógov. Prípadové štúdie vytvorené zo súčasného života spotrebiteľa podporili ochotu učiť sa vynakladať úsilie na rôzne činnosti, riešiť úlohy a problémy, spolupracovať, komunikovať a využívať naučené v reálnych životných situáciách. Pre vzdelávaných je dôležité poznať vlastný pokrok v učení. Jedným z efektívnych spôsobov, ako to dosiahnuť, je umožniť sebahodnotenie vzdelávaných, aby pravidelne hodnotili vlastné výkony v učení. Týmto spôsobom získajú spätnú väzbu o svojich aktivitách počas vzdelávania a hodnotenie vlastných výkonov prispieje k motivácii do ďalšieho vzdelávania.
2. Výskumníci overili, že meracie nástroje vytvorené formou štruktúrovaných pozorovacích schém umožňujú hodnotiť rozvoj spoločenských a občianskych kompetencií a limitovane

aj komunikácie v materinskom jazyku. Indikátory v štruktúrovanom pozorovaní vymedzili rozvoj kľúčovej kompetencie ako konkrétne vedomosti, zručnosti a postoje a sú zostavené do troch rôznych výkonových úrovní. Každý stupeň škály vyžaduje vybrať vhodné tvrdenie a výroky rešpektujú taxonómie vzdelávacích cieľov. Rozvoj kľúčových kompetencií vyžaduje, aby sa spresňovali požiadavky na vedomosti, zručnosti a postoje, ktoré sú dôležité pre rozvoj určitej oblasti kľúčových kompetencií.

3. Overovanie programu potvrdilo vhodnosť zvolenej vzdelávacej stratégie a kvalitu nástrojov na meranie rozvoja kľúčových kompetencií . Vytváranie osobitných škál je pre vzdelávateľov metodologicky náročnosť činnosť, ktorú je potrebné cvičiť a zdokonaľovať v praxi.

ZÁVERY A ODPORÚČANIA

Skúsenosti z realizácie projektu spotrebiteľského vzdelávania potvrdzujú, že program spotrebiteľského vzdelávania podporuje rozvoj kľúčových kompetencií nezamestnaných do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou a zvyšuje kompetencie vzdelávateľov. Rozvoj kompetencie vzdelávateľov vyžaduje, aby neustále nadobúdali nové vedomosti a zručnosti a učili sa zo skúseností a príkladov dobrej praxe z iných krajín Európskej únie.

Vzdelávanie nezamestnaných vyžaduje poznávanie ich vzdelávacích potrieb a prispôbiť im obsah, formy a metódy vzdelávania. Nezamestnaní do 29 rokov s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou sú schopní rozvíjať svoje kľúčové kompetencií potrebné pre aktívne občianstvo a komunikáciu v materinskom jazyku. Vybrané témy a obsah prípadových štúdií, interaktívne formy vzdelávania boli motivujúce do takej miery, že počas procesu vzdelávania boli zaznamenané spontánne aktivity vzdelávaných bez rušivých momentov.

Výzvou pre všetkých vzdelávateľov je hodnotenie a meranie rozvoja kľúčových kompetencií, ktoré vyžaduje cvičenie zručností s touto formou hodnotenia. Ciele rozvoja kľúčových kompetencií pri formatívnom hodnotení musia vyjadrené merateľnými výkonmi vzdelávaných, ktoré potvrdia nadobúdanie vedomostí, zručností a postojov. Výhodou je, ak sú vzdelávatelia schopní vytvárať vlastné nástroje na meranie úrovne rozvoja kľúčových kompetencií, ktoré spĺňajú požiadavky validity a reliability. Bez platných a spoľahlivých nástrojov nie je možné posúdiť či kľúčové kompetencie boli rozvíjané, a v akej kvalite.

Účastníci prejavili záujem zúčastňovať sa ďalšieho vzdelávania so spotrebiteľským obsahom. V diskusii sa účastníci vyjadrili, že táto forma vzdelávania im pomáha lepšie vyjadriť myšlienky, skúsenosti a prezentovať vlastné postoje k prezentovaným témam. Neformálna diskusia so vzdelávanými po ukončení vzdelávania potvrdila, že vybrané témy a interaktívne metódy podporili ich záujem o ďalšie vzdelávanie. Uvedomujú si, že občianske a spoločenské

kompetencie využijú v každodennom živote a rozvoj komunikácie im pomôže v osobnom živote, spoločenskom uplatnení, či pri hľadaní práce. Potvrdili, že zvýšilo sa ich vedomie o význame celoživotného vzdelávania a jeho vplyve na životné šance.

Prezentovaný záujem nezamestnaných o vzdelávanie naznačuje možnosti ako pomôcť nezamestnaným s nízkou úrovňou zručností alebo nízkou kvalifikáciou pri hľadaní uplatnenia v spoločnosti. Súčasný systém podpory nezamestnaným preferuje a zvyhodňuje prípravu nezamestnaných pre konkrétne pozície na trhu práce. V súčasnej vzdelanostne orientovanej ekonomike by však podpora štátu mala smerovať aj do programov ďalšieho vzdelávania.

LITERATÚRA:

Kariérne poradenstvo Kompendium metód a technik. Inštitút pedagogiky, Bukurešť, [citované 2020-8-9]. Dostupné na WWW: <http://web.saaic.sk/nrcg_new/doc/Metody/12-Pozorovanie.pdf>

Národná správa PIAAC, Slovensko 2013, Výskum kompetencie dospelých, [citované 2020-8-9].

Dostupné na WWW: <<https://www.minedu.sk/data/att/7243.pdf>>

OECD Skills OUTLOOK 2013, First Results from the Survey of Adult Skills [citované 2020-8-9]

Dostupné na WWW: <[http://www.oecd.org/skills/piaac/Skills%20volume%201%20\(eng\)--full%20v12--eBook%20\(04%2011%202013\).pdf](http://www.oecd.org/skills/piaac/Skills%20volume%201%20(eng)--full%20v12--eBook%20(04%2011%202013).pdf)>