

II. stupeň ZŠ

2 ×

45  
min.

## 2. LEKCE:

# Jak a proč si pořizujeme věci

### Cíle:

Žák vyjmenuje a popíše možnosti odpovědného pořizování věcí.

Žák sepíše kritéria, podle kterých výrobky lidé odpovědně nakupují, a vysvětlí přínosy a bariéry odpovědného nakupování.

Žák ví, kde vyhledat informace o výrobku, který si pořizuje, a umí je samostatně vyhledat.

Žáky vysvětlí princip reklamy a upozorní na její přínosy a rizika (působení na zákazníky a použité strategie). Je si vědom rizik, jako je manipulace reklamou, práce s daty o spotřebitelích, ...

Žák popíše, jakou roli v rámci produkce a spotřeby hraje on sám.

Uvědomuje si, že spotřeba je spojena s využíváním přírodních zdrojů, které jsou omezené, a že spotřebu a kvalitu života lze oddělit.

### Anotace:

V této lekci budou žáci pátrat po způsobech pořizování výrobků, budou odhalovat, jak probíhá odpovědné nakupování, nejběžnější způsob pořizování věcí, a odhalí principy reklamy, její pozitiva a negativa a navrhnou, jak se reklamním útokům bránit. Protože v tomto věku žáci často podléhají reklamě, začíná lekce hrou na reklamní agenturu. Zde budou žáci tvořit reklamní spot a tím odhalovat reklamní strategie. Následně se žáci budou věnovat nakupování a metodou brainwritingu odhalí různé způsoby nakupování a vyhodnotí, která kritéria je potřeba zohlednit při odpovědném nakupování.

V závěru lekce budou žáci hledat další způsoby pořizování výrobků a krátkým průzkumem ve třídě zjistí, které způsoby pořizování výrobků se používají nejčastěji. Také porovnájí, které způsoby pořizování výrobků jsou environmentálně odpovědné. Na základě získaných informací posoudí, zda mohou změnit vlastní zvyky a pořizovat výrobky environmentálně odpovědněji.



### Struktura lekce:

AKTIVITA	ČAS	POMŮCKY
1. Co už víme	10 min.	PL Cenovka šablona
2. Hra na reklamní agenturu	35 min.	PL Zadání reklamního spotu A B C – 3 verze, podle počtu skupin (do 1 skupiny 1 verze) PL Návod na tvorbu reklamního spotu (do každé skupiny) PL Otázky k reklamnímu spotu (pro každého žáka nebo do skupiny, je možné promítnout) PL Reklama a její působení (dle potřeby) Pomůcky pro tvorbu třídního portfolia List A4 nebo portfolio na poznámky

<b>3. Nákup? Ale jak na to?</b>	<b>25 min</b>	<b>PL Brainwriting</b> (do každé skupiny) <b>PL Ekoznačky</b> (do každé skupiny) <b>PL Fáze nákupu</b> (pro třídu ve větším formátu)
<b>4. Jak mohu získat to, co potřebuji?</b>	<b>10 min</b>	<b>PL Udržitelná pyramida</b> (2x pro třídu, větší formát)
<b>5. Můj nákup</b>	<b>10 min.</b>	<b>PL Fáze nákupu</b>



#### Odborné podklady:

- [Rizika spojená s reklamou](#)
- [Ekoznačení v ČR](#)
- [Udržitelné oblečení](#)
- [Spotřební zboží a udržitelnost](#)
- [Udržitelná strava](#)

#### Informace pro učitele:

- [Marketing a reklama](#)
- [Reklama a její působení](#)
- [Maslowova pyramida](#)

## Portfolio:

**Třídní:** Plakát Jak nakupujeme, doplněný o reklamní strategie a způsoby obrany proti reklamnímu tlaku. Návrh reklamy (scénář, storyboard apod.) případně videozáznam reklamního spotu. Plakát Jak pořizujeme výrobky.

**Osobní:** Cenovka pro odpovědný nákup trička. Můj odpovědný nákup – psaný nebo obrázkový příběh nákupu doplněný a o důležité zásady odpovědného nakupování a o plán, jak by žák chtěl pořizovat výrobky environmentálně co nejodpovědněji.

## Před lekcí:

- Požádejte žáky, aby sledovali po určitou dobu (2–3 dny, např. přes víkend), kde všude se mohou setkat s reklamou. Poproste je ať, se zaměří i na zdánlivě neviditelnou reklamu, např. product placement. Kdo bude chtít, může své zjištění zaznamenat do **PL Reklama, kde ji potkám**.
- Požádejte žáky, aby v rodině pátrali po způsobech pořizování věcí.

## Popis lekce:

### 1. Co už víme

Zopakujte informace z minulé lekce tím, že žáci navrhnu cenovku/cedulku k tričku. Cenovka má obsahovat všechny informace, které žáci potřebují k tomu, aby zjistili, zda tričko, které pořizují, bylo odpovědně vyrobeno. Cenovka bude součástí osobního portfolia. Žáci mohou cenovky nakreslit nebo využít předlohu z **PL Cenovka šablona**. Žáci mohou využít výstupy vytvořené v rámci třídního a osobního portfolia.

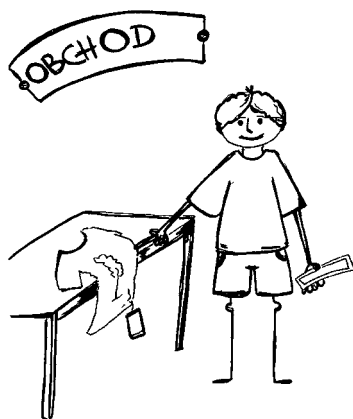
Vytvořené cenovky vystavte a vzájemně si je prohlédněte. Sdílejte s žáky to, co si z minulé lekce zapamatovali. Při sdílení vám pomohou následující otázky:

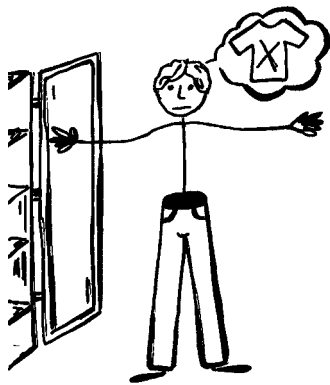
- Co vás první napadne, když se zamyslíte nad tričkem a nad jeho pořizováním?
- Diskutovali jste s někým o informacích, které jste získali v minulé lekci?
- Využili jste nové poznatky v praxi a jak?
- Proč bychom se o tričko měli dobře starat?
- Kdo z vás si zkoušel udělat cyklus k jinému výrobku než k tričku? Kdo by ho rád sdílel? Objevili jste něco, co vás překvapilo?

### 2. Hra na reklamní agenturu

V této hře mají žáci za úkol ve skupinách naplánovat a realizovat (zahrát) reklamní spot podle zadání. V reklamním spotu se zaměří na prodej trička (případně kalhot nebo bot). Zadání naleznete v **PL Zadání reklamního spotu**. V PL najdete zadání pro tři různé cílové skupiny.

- skupina preferující environmentálně šetrné výrobky
- skupina preferující značkové výrobky
- skupina preferující levné výrobky





Předpokládáme, že při tvorbě reklamy pro různé cílové skupiny žáci použijí širší spektrum reklamních strategií. Informace k reklamě najdete v materiálu **Marketing a reklama**.

Rozdělte žáky do skupin (reklamních týmů) tak, aby v rámci skupiny mohli pracovat s rolemi, které jim jsou nejbližší, např.: kreativci, organizátoři, režisér, herci apod. Rozdejte do každé skupiny jednu verzi zadání A, B nebo C a **PL Návod na tvorbu reklamního spotu**. Dohodněte si čas, který budou mít žáci na vytvoření reklamního spotu. Dohodněte se také, jak dlouhý má být reklamní spot. Nechte žáky přečíst zadání a návod na tvorbu reklamního spotu, rozdělit si role a úkoly ve skupině tak, aby zvládli vytvořit scénář, storyboard reklamního spotu a secvičit ho pro přehrání před spolužáky. Po domluvě se žáky reklamy natočte.

Při prezentaci spotu mají ostatní spolužáci za úkol spot sledovat a dělat si poznámky, jak je spot zaujal. Pro tuto aktivitu rozdejte každému **PL Otázky k reklamnímu spotu** – otázky viz níže. Případně otázky promítněte a žáci si mohou dělat poznámky do osobního portfolia nebo na A4.



- Jaký byl váš první dojem z reklamního spotu?
- Co na vás zapůsobilo a co naopak ne?
- Koupili byste si nabízený výrobek? Zdůvodněte proč ano, případně proč ne?
- Myslíte, že by se finanční náklad na reklamu promítl do ceny výrobku?
- Jaké marketingové strategie spolužáci ve spotu využili?

Po zhlédnutí všech spotů společně diskutujte o odpovědích na otázky. Odhalujte marketingové strategie, které žáci v reklamě použili. Nejprve porovnejte své odhady použitých reklamních strategií a následně je porovnejte s informacemi v **PL Reklama a její působení**. Již nyní můžete začít tvořit plakát Jak nakupujeme (počítejte s tím, že stěžejní částí plakátu bude průběh nakupování). Důležité informace si zaznamenejte do plakátu Jak nakupujeme. Při diskusi také hledejte možnosti, jak útokům reklamy mohou žáci odolat. I tyto možnosti zaznamenejte do třídního portfolia. V diskusi vám pomohou následující otázky.

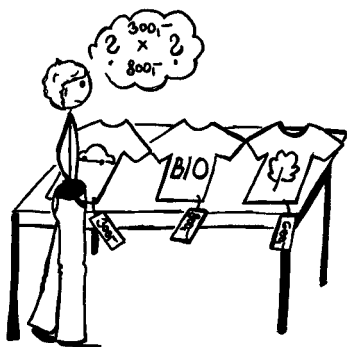


- Podléháš reklamě? Pokud ano, uveď konkrétní příklad.
- Jak se dá reklamám bránit? Jak se dá odmítnout nabízený výrobek? Uveď osobní zkušenosti.

### 3. Nákup? Ale jak na to?

V této aktivitě budete hledat odpovědi na otázku: **Jaký je odpovědný postup při nakupování? metodou brainwritingu**. Jedná se o brainstorming v psané podobě. Jde o generování nápadů a výběr toho nejlepšího. Oproti brainstormingu tato metoda umožňuje získat mnoho nápadů v kratším čase a dává stejný prostor všem typům žáků (např. extrovert/introvert).

Žáky rozdělte do skupin po 4 a každému rozdejte **PL Brainwriting**. Jako inspiraci rozdejte žákům **PL Ekoznačky** do každé skupiny nebo vyvěste značky po třídě, případně je promítněte. Žáci se posadí do kruhu, aby si mohli v intervalu 3 minut posílat PL. Během prvních 3 minut žáci vymyslí postup odpovědného nákupu vybraného výrobku a zapíší ho přehledně do PL. K tvorbě má žák k dispozici v PL inspirační poznámky a otázky. Po 3 minutách posune papír spolužákovi doprava. Ten k danému nákupu zapisuje své nápady či poznámky nebo vymyslí úplně nové možnosti. Opět v limitu 3 minut. Tento postup opakujte, než se papír dostane ke svému původnímu pisateli.





Ještě před aktivitou si ujasněte pravidla aktivity.

- Nápady během hry žáci nekomentují, jen pracují se svými nápady a reakcemi.
- Dohodněte se na značení, jak komentovat předchozí nápady, např. pokud souhlasím, označím fajfkou nebo čárkou, nové nápady či vylepšení píši vedle souvisejícího nápadu.
- Dodržujeme časový limit. Píšeme čitelně.
- Výrobek k nákupu si volí každý žák, měl by vycházet z vlastní zkušenosti. Okruh výrobků můžete omezit společnou dohodou, která vychází z informací o tom, co žáci nakupují sami.

*Poznámka: Časový limit a počet kol lze upravit podle počtu žáků ve skupině a podle časových možností.*

Po ukončení cyklu otázek žáci sdílejí informace ve skupině a společně hledají a zapíší postup odpovědného nákupu a jeho nejdůležitější body. Zapíší také, proč jsou tyto body důležité. Zjištění jednotlivých skupin sdílejte ve třídě a diskutujte o nich. Pro diskuzi využijte následujících otázek:



- Nakupujete vždy jen to, co potřebujete? Zamyslete se, proč to tak je.
- Co všechno potřebujete vědět před tím, než jdete na nákup?
- Víte, podle čeho si budete vybírat? Víte, kde můžete zjistit informace?
- Víte, že některé výrobky mají speciální označení? Znáte některé?
- Požádali byste někoho o radu, jak se při nákupu rozhodnout? Koho?
- Víte, jak na vás může při nákupu zaútočit reklama? Uvedte konkrétní příklad.

Během sdílení pokračujte v tvorbě plakátu do třídního portfolia. K seznamu marketingových strategií a návodům, jak jim odolat, doplňte postup, jak odpovědně nakupovat. Využijte **PL Fáze nákupu** ve větším formátu nebo jednotlivé fáze znázorněte sami a pojmenujte vlastním způsobem, resp. podle zjištění a návrhů žáků. Nejprve odhalte fáze nákupu (např.: Zamyšlení před nákupem; Kolik to bude stát, mám na to?; Kam vyrazit a podle čeho vybrat?; Výběr v obchodech a Pozor na reklamu). Poté zvolte/nakreslete obrázky k jednotlivým fázím a k nim zaznamenávejte klíčové body a kritéria pro odpovědný nákup (ohleduplný k životnímu prostředí a lidem). Během diskuze je možné pracovat s Maslowovou pyramidou (např.: co jsou životně důležité věci, věci pro radost, věci vyjadřující příslušnost ke skupině apod.), viz **Maslowova pyramida**.



## 4. Jak mohu získat to, co potřebuji?

V této části lekce se žáky pátrejte po všech dalších způsobech pořízení výrobků. Využijte informace, které žáci zjistili doma a z **PL Udržitelná pyramida**. PL ve větším formátu bude součástí plakátu Jak pořizujeme věci. Pyramidu umístěte na tabuli nebo na flip ve dvou verzích. Jednu jako vzor a druhou s rozstříhanými řádky, tak aby se daly jednotlivé řádky přesunout. Před tím, než pyramidu žákům ukážete, odpovězte si se žáky na následující otázku.

- Jak získáváte vy nebo vaši rodiče další věci, např. hračky, nábytek, elektroniku, sportovní potřeby atd.?

Po zodpovězení otázky odhalte žákům udržitelnou pyramidu. Možnosti, které žáky napadly, porovnejte s možnostmi v pyramidě. Zjistěte, zda jste zmínili všechny možnosti, a případně doplňte ty, které žáci vymysleli navíc a v pyramidě nejsou. Také si na příkladech uveďte, co jednotlivé možnosti znamenají a v čem jsou jejich výhody vzhledem k odpovědnému pořizování výrobků (jsou ohleduplnější k lidem a přírodě, vzniká při nich méně odpadů, snižují pořizovací náklady apod.).

Nyní je na řadě třídní průzkum, jak jsou jednotlivé možnosti v rámci třídy využívány. Bude sloužit k porovnání ideálního stavu v udržitelné pyramidě s reálným chováním,



**V průzkumu můžete porovnat několik výrobků**, např.: oděvy, elektronika, potraviny. Pro každou skupinu výrobků může mít udržitelná pyramida jiné pořadí.

resp. s chováním, které mohou žáci reflektovat v rámci třídy. Zaměřte se na pořízení trička, resp. oblečení, nebo po dohodě na jiný okruh výrobků.

Postupně se žáků ptejte, jaký je nejčastější způsob, jak si tričko, resp. oblečení, pořizují. Např.: Kdo nejčastěji oblečení nakupuje? Kdo nejčastěji oblečení dědí? atd. Po každé položené otázce se žáci přihlásí a učitel nebo žák hlasy spočítá a zapíše počet hlasů k příslušnému řádku v udržitelné pyramidě. Následuje přeskládání pyramidy. Řádek, který má nejvíce hlasů, bude dole a ten s nejméně hlasy nahoře.



- Jaké jsou rozdíly mezi třídní pyramidou a udržitelnou pyramidou a proč?
- Myslíte si, že pyramida (vlastně pořizování výrobků) takto vypadala vždycky?
- Poskládali by vaši rodiče nebo prarodiče pyramidu stejným způsobem? Tedy pořizovali si výrobky stejným způsobem?
- Je možné pořizovat výrobky dle udržitelné pyramidy? Jaké? Pokud ano, tak proč?

Výsledky diskuze zaznamenejte do třídního portfolia. Tyto informace pomohou žákům v závěrečné části hodiny při shrnutí.

## 5. Můj nákup

Shrňte se žáky, co jste se v hodině dozvěděli, a vyzvěte je k tomu, aby sami navrhli postup nákupu svého vysněného nebo oblíbeného výrobku. Žáci mohou postup nákupu nakreslit nebo popsat sami nebo využijte rozstříhaný **PL Fáze nákupu**, který si žáci složí a nalepí do osobního portfolia a doplní o odpovědi na otázky. Tento výstup bude součástí osobního portfolia.



- Víš, jak je možné pořídit věci? Vyjmenuj několik způsobů.
- Myslíš, že se dokážeš rozhodnout, zda opravdu potřebuješ novou věc? Proč je toto rozhodování důležité?
- Které reklamě bys chtěl/a odolat? A víš, jak jí odolat?
- Co je pro tebe při rozhodování o nákupu nejdůležitější? Změnilo se to nějak po dnešní hodině?
- Změníš po dnešní lekci nějakým způsobem pořizování výrobků? Pokud ano, napiš jak, pokud ne, vysvětli proč.

