

# To se vyplatí

## 1. Úvod

V době, kdy na člověka prostřednictvím informačních zdrojů útočí „úžasné nabídky“, „super slevy“ a „totální výprodeje“, by si každý z nás měl umět ověřit, zda se investice do takto prezentovaného výrobku opravdu vyplatí. Nepodléhat reklamě, dokázat porovnat kvalitu, kvantitu s cenou je nosným prvkem projektu.

## 2. Popis projektu

Během projektu žáci budou pracovat samostatně a ve dvojicích. Své výsledky budou prezentovat před celou skupinou a každý bude mít možnost vyjádřit svůj názor jak ke své práci, k práci svých spolužáků, tak i k průběžně položeným otázkám.

V přípravné fázi projektu každý žák doma zjistí, jaké mléčné výrobky, uzeniny, pečivo, nápoje, ovoce, zeleninu, sladkosti, čistící a prací prostředky nejčastěji kupují a kde. Získané informace zapíše do tabulky. Označí výrobky ze svého seznamu, které jim samotným chutnají.

Po dobu dvou měsíců budeme sbírat zdroje informací nutné pro práci. Vytvoříme si databázi reklamních prospektů obchodů, do kterých rodiny žáků chodí/ jezdí nakupovat. Dále pak sbírku obalů výrobků, které mají žáci zapsány ve svých seznamech v tabulce.

V první fázi projektu bude každý žák pracovat s letáky obchodního řetězce, kde jeho rodina nejčastěji nakupuje. Označí v letáčích výrobky, které má na svém seznamu, zapíše si, kolikrát byly dané výrobky v období dvou měsíců zlevněny. Následně pak bude pracovat s informacemi o výrobcích, které byly nejčastěji uvedeny v prospektech (maximálně 4 výrobky). Žák ke každému výrobku vytvoří graf období-cena. Pro období, kdy nebyl výrobek zlevněn, uvede běžnou cenu na trhu. Grafy bude žák prezentovat před spolužáky. Proběhne diskuse, kde se položí otázky typu: Čím je způsobeno, že se cena výrobku neustále mění? Jak člověka akce na vybraný výrobek ovlivní? Proč obchodní řetězce akce konají?

V druhé fázi budou žáci pracovat ve dvojicích. Každá dvojice si vybere reklamní prospekty jednoho obchodního řetězce (mohou se shodovat). Úkolem dvojic bude rozdělit zastoupené potraviny na zdraví prospěšné a nezdravé. Výstupem bude plakát. Při společném setkání zhodnotíme rozdělení potravin jednotlivých dvojic- nad mnohými výrobky se dá spekulovat o prospěšnosti. Také společně dojdeme k závěru, zda v nabídkách je více zdravých či nevhodných potravin a položíme si otázku Proč tomu tak je?

Ve třetí fázi uplatníme sbírku obalů. Bude porovnávána cena vůči kvalitě výrobku. Např. zastoupení masa v masných výrobcích, ovoce ve šťávách, obsah umělých barviv a konzervantů. Žáci by měli zjistit, že nejlevnější neznamena nejzdravější. Zároveň však také, že značka známá díky reklamám není zárukou kvality (i když to v reklamě tvrdí), a vždy si je nutné složení výrobku ověřit.

Ve čtvrté fázi budeme přemýšlet o kvantitě, aneb zda se vyplatí kupovat výrobky ve větším množství, v tzv. ekonomických baleních, baleních s jedním kusem zdarma. Žáci porovnájí běžnou cenu vybraného výrobku s cenou, která vychází podílem na jeden výrobek z „výhodného balení“. Zajímat nás bude, čím je větší balení výhodné, zda větší množství výrobku běžná rodina spotřebuje do data spotřeby apod.

## 3. Vzdělávací cíle

Žáci si osvojí dovednost shromažďovat data, pracovat s daty, vyhodnocovat a znázorňovat je pomocí grafu, své výsledky prezentovat ostatním. Naučí se přemýšlet nad informační hodnotou různých srovnání (cena výrobku není vždy nejdůležitějším ukazatelem výhodného nákupu). Díky diskusím a

rozhovorům si uvědomí, proč obchodní řetězce akce pořádají, jaké kvality mnohdy výrobky jsou a jaké množství potravin v akci člověku neprospívá. Dále projekt poslouží k ujasnění, že ne všechny výrobky stejně nazvané mají shodné složení.

#### **4. Pomůcky a další předpoklady**

Projekt je náročný na přípravu- je nutné shromáždit zdroje informací potřebné k činnosti. Po dobu dvou měsíců zakládat reklamní prospekty, třídit obaly výrobků. Připravit se musí tabulka pro zápis zjištěných názvů výrobků, čtvrtky pro plakát prospěšných a nevhodných potravin, archy papíru pro různé výpočty, záznamy grafů a prezentaci výsledků. Pro zefektivnění práce budou potřebné kalkulačky.

Protože některé obchodní řetězce uvádí ceny výrobků stále v desetinných číslech, předpokládá se, že díky zvědavosti žáků dojde k vysvětlení této látky u 5. ročníku. V případě zájmu ze strany žáků mohou být objasněna také procenta.

#### **5. Přesahy do jiných předmětů**

Projekt především souvisí se vzdělávací oblastí Člověk a jeho zdraví (kvalita, složení a prospěšnost potravin). Dále má potenciál zlepšit finanční gramotnost žáků, kultivovat jejich verbální vyjadřování.

#### **6. Kritéria úspěšnosti**

Základním kritériem úspěšnosti je aktivita a zájem žáků. Začínají si klást otázky, přemýšlí nad nimi, ptají se ostatních. Žáci prezentují své výsledky celé skupině, dokazují, jak do problematiky pronikli.