

## Písomný výstup pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúc potreby trhu práce
3. Prijímateľ	SOŠ Jána Antonína Baťu, Námestie SNP 5, Partizánske.
4. Názov projektu	Zvyšujeme kvalitu vzdelávania a odbornej prípravy.
5. Kód projektu ITMS2014+	312011Z792
6. Názov pedagogického klubu	Pedagogický klub rozvoja podnikateľských vedomostí a kľúčových zručností– prierezové témy.
7. Meno koordinátora pedagogického klubu	Ing. Alica Jakubeová
8. Školský polrok	<b>01.09.2022-31.01.2023</b>
9. Odkaz na webové sídlo zverejnenia písomného výstupu	<a href="https://sosp.eidupage.org/a/zvysujeme-kvalitu-vzdelavania-a-odbornej-pripravy?eqa=dGV4dD10ZXh0L3RleHQxOSZzdWJwYWdlPTM%3D">https://sosp.eidupage.org/a/zvysujeme-kvalitu-vzdelavania-a-odbornej-pripravy?eqa=dGV4dD10ZXh0L3RleHQxOSZzdWJwYWdlPTM%3D</a>

### Úvod

Pedagogický klub podnikateľských vedomostí a kľúčových zručností– prierezové témy je vytvorený učiteľmi a majstrami OV.

Klub bude fungovať počas školských rokov, od septembra 2020 do januára 2023, teda 25 mesiacov a jeho udržateľnosť vychádza z koncepcie nového modelu SOŠ, ktorého súčasťou sú „riešiteľské rady“ tímov pre vzdelávacie oblasti ISCED 3A, 3C a pre odborné vzdelávanie a prípravu.

Spôsob organizácie: stretnutia 2 krát do mesiaca. Dĺžka jedného stretnutia: 3 hodiny.

Varianta klubu: pedagogický klub s výstupmi.

Zameranie pedagogického klubu:

Pedagogický klub sa bude zameriavať na rozvoj podnikateľských vedomostí, ekonomického myslenia a tvorby, ako prierezovej témy.

Cieľom realizácie aktivít pedagogického klubu je zvýšenie odborných kompetencií pedagogických zamestnancov pre ďalšie zvyšovanie úrovne podnikateľských vedomostí, ekonomického myslenia a projektových kompetencií žiakov naprieč vzdelávaním.

Podnikateľské vedomosti, ekonomické myslenie a schopnosť riešiť problémové úlohy z tejto oblasti, sú dôležitými (kľúčovými) schopnosťami žiaka a predpokladom pre ďalší úspešný osobnostný a profesijný rast žiaka.

Činnosti a výstupy v rámci predmetného pedagogického klubu budú následne implementované do edukácie s cieľom rozvíjať u žiakov kompetencie tak, aby vedeli komunikovať, argumentovať, používať informácie a pracovať s nimi, riešiť problémy, poznať sám seba a svoje schopnosti, spolupracovať v skupine, prezentovať sám seba, ale aj prácu v skupine, ekonomicky myslieť, tvoriť správne rozhodnutia, vytvárať podnikateľské zámery, stanovovať ukazovatele úspechu.

Ďalšími aktivitami členov pedagogického klubu, tvorbou výstupov a ich implementáciou do praxe, chceme dosiahnuť, aby žiaci prostredníctvom vlastnej organizácie práce sa naučili riadiť seba, tím

(firmu), vypracovať si harmonogram svojich prác, získať potrebné informácie, spracovať ich, vedeli si hľadať aj problémy, ktoré treba riešiť, správne ich pomenovať, utvoriť hypotézu, overiť ju a pod.

Vytvoríme didaktické materiály, ktoré budú následne efektívnym nástrojom učenia sa žiakov - prezentovať svoju prácu písomne aj verbálne s použitím informačných a komunikačných technológií a ďalšie spôsobilosti, napríklad:

- vhodným spôsobom zareagovať v rôznych kontextových situáciách, nadviazať kontakt so zákazníkom,
- zostaviť základné písomnosti osobnej agendy, poznať ich funkciu, formálnu úpravu a vedieť ju aplikovať,
- vytvoriť základné písomnosti osobnej agendy v elektronickej podobe,
- identifikovať a popísať problém, podstatu javu,
- navrhnuť postup riešenia problému a spracovať algoritmus,
- získať rôzne typy informácií, zhromažďovať, triediť a selektovať ich,
- na základe získaných informácií formulovať jednoduché uzávery,
- na základe stanovených kritérií posúdiť rôzne riešenia a ich kvalitu,
- kultúrovane prezentovať svoje produkty, názory,
- prijať kompromis alebo stanovisko inej strany,
- poznať základy jednoduchej argumentácie a vie ich použiť na obhájenie vlastného postoja,
- využívať rôzne typy prezentácií,
- aplikovať vhodnú formálnu štruktúru na prezentáciu výsledkov svojho výskumu
- proaktívne riadiť (zahŕňa zručnosti ako je plánovanie, organizovanie, riadenie, vedenie a poverovanie), prezentáciou predstaviť výsledky svojej práce širšej verejnosti,
- chápať a rešpektovať hodnoty duševného vlastníctva.

Ďalšie činnosti, ktoré budú realizované v rámci pedagogického klubu:

- Tvorba Best Practice,
- Prieskumno-analytická a tvorivá činnosť týkajúca sa výchovy a vzdelávania a vedúca k zlepšeniu a identifikácii OPS,
- Výmena skúseností pri aplikácii moderných vyučovacích metód,
- Výmena skúseností v oblasti medzi-predmetových vzťahov,
- Tvorba inovatívnych didaktických materiálov,
- Diskusné posedia a štúdium odbornej literatúry,

Identifikovanie problémov v rozvoji podnikateľských vedomostí, ekonomického myslenia a schopnosti tvoriť projekt a navrhnuť možné riešenia.

#### **Stručná anotácia:**

Pedagogický klub rozvoja podnikateľských vedomostí a kľúčových zručností– prierezové témy sa zaoberal nasledujúcimi témami:

- práca s odbornou literatúrou.
- tvorivosť ako súčasť podnikavosti.
- dobrá prax.

#### **Kľúčové slová:**

Podnikateľské vedomosti, kľúčové kompetencie, Best Practice, metódy, analýza.

#### **Zámer a priblíženie témy písomného výstupu**

Zámerom nášho výstupu je popísať aktivity zrealizované učiteľmi, členmi pedagogického klubu na zasadnutiach pedagogického klubu rozvoja podnikateľských vedomostí a kľúčových zručností– prierezové témy.

Priblíženie témy:

Súčasný trh práce vyžaduje flexibilných absolventov, pripravení meniť zamestnanie, ochotných ďalej sa vzdelávať v neformálnom vzdelávaní, schopných vytvárať pre seba pracovné pozície, samostatne viesť menšie tímy vo veľkých korporáciách - intrapreneursiper, s vedľajšími podnikateľskými aktivitami sidepreneur, freelancer a samozrejme pripravených rozbehnúť svoj vlastný akčný plán. Preto je veľmi dôležité systémovo podporovať rozvoj podnikateľských kompetencií, podporovať iniciatívnosť, kreativitu a nezávislé učenie žiakov. Uvedenými skutočnosťami sme sa zaoberali aj počas zasadnutí pedagogického klubu.

**Jadro:**

**Popis témy/problém**

**Problém:**

Uvedená problematika je veľmi aktuálna, nakoľko na základe rôznych testovaní stále pretrváva stav nízkej motivácie žiakov k prechodu k autentickému vzdelávaniu. Podľa záverov Rady o podpore podnikania mládeže je kľúčovým prvkom nezávislosti a začlenenia mladých ľudí smerom k blahobytu v Európe a na celom svete podnikanie, ktoré možno z dlhodobého hľadiska považovať za jedno z riešení v boji proti nezamestnanosti mladej generácie. (Správa pracovnej skupiny pre mládež Rady EK, 2014). Rozvoj podnikateľských kompetencií súvisí s poznaním podnikateľského prostredia, základnou ekonomickou orientáciou, motiváciou k podnikaniu, rozvojom podnikateľského myslenia a zručností a uplatňovaním poznatkov pri riešení konkrétnych úloh. Príležitosťou na získanie prvých „skúseností“ zo sveta podnikania je simulácia podnikateľských príležitostí pre návrhy vlastných podnikateľských riešení a hľadanie podmienok na ich realizáciu. Naše aktivity vychádzali z vyššie uvedených špecifikovaných potrieb podnikateľského vzdelávania.

**Záver:**

**Zhrnutia a odporúčania pre činnosť pedagogických zamestnancov**

Počas zasadnutí pedagogického klubu sme sa zaoberali správnou komunikáciou spojenou s asertivitou, empatiou a schopnosťou spolupráce, nakoľko v rámci rozvoja podnikateľských kompetencií je odporúčaný taký spôsob komunikácie, ktorý v sebe zahŕňa ovplyvňovanie takým spôsobom, že poslucháč ochotne sám prijme (alebo neprijme) presvedčenie, postoj presvedčovateľa. Získa presvedčenie, t. j. názor, ktorého správnosť človek pokladá za nespornú. Presvedčať môžeme:

- formou argumentácie, tzn. formou logického zdôvodňovania prostredníctvom jazykových prostriedkov;
- formou kladenia otázok;
- prostredníctvom neverbálnej komunikácie;
- pôsobením na emócie (sľuby, vyhrážky, odmeny, tresty a pod.)

Zároveň sme diskutovali aj o emóciách pri argumentácii. Sme od prírody emocionálne bytosti a predstava, že by sme sa úplne zbavili emócií – hoci len dočasne, kým sme zaujatí argumentáciou – by bola nerealistická. To, čo by malo zavážiť pri správnej argumentácii, je jej intelektuálna podstata, myšlienky a ich vzájomné prepojenie – a nie akékoľvek emočné nádychy, ktoré argumentácia môže so sebou niesť.

Záver by sme mali prijať nie preto, že z neho máme dobrý pocit, ale preto, lebo vidíme, že je pravdivý, a tým hodný našej akceptácie. Odporúčame, aby sa argumentácia v praxi nestávala predovšetkým prostriedkom ventilovania hnevu, sebaobhajovania, pomsty a pod. Pravda je takto odsunutá na vedľajšiu koľaj.

Cvičenie – analýza reklamného textu z rétorického hľadiska—presviedčanie v praxi:

#### *Reklamný text*

Jednoducho to urobte, lebo vy za to stojíte! Nie každá z nás sa narodí dokonalá, ale každá chce dokonale vyzerat'. Nečakajte na zázrak, buďte VY tvorcom zázraku. Kúpte si jedinečnú a dokonalú farbu na vlasy od..., s ktorou budú vaše vlasy vyzerat' vždy fantasticky a zdravo od korenkov až po končeky. Vždy dokonalé vlasy budú korunou vašej krásy.

#### *Argumentačný text*

##### Tvrdenie

Farba na vlasy ..... patrí k najspoľahlivejším prostriedkom na odstránenie nežiaducich šedín alebo na dosiahnutie želaného odtieňa vlasov.

Úloha: Identifikujte manipulatívne rétorické techniky v reklamných sloganoch uvedených vyššie.

Ďalšou dôležitou kompetenciou pre podnikavosť je kreativita - ako produktívna charakteristika človeka. Za kritérium kreatívnosti produktu považujeme originalitu, správnosť, aplikovateľnosť a hodnotu – prínos.

Všeobecne je známe, že nové ešte nemusí byť automaticky považované za tvorivé. To značí, že novosť možno hodnotiť aj čisto z hľadiska samotného jednotlivca, ktorý objaví, nájde, dospeje k niečomu novému, čo je pre neho neznáme, hoci zo spoločenského hľadiska objavuje už známe a jeho objav nemožno porovnať s originálnym prínosom.

V pedagogike pracujeme najmä so subjektívnou tvorivosťou, v zmysle pedagogického konštruktivizmu. Na druhej strane stojí *objektívna tvorivosť* prinášajúca dosiaľ neznáme, nové, originálne, spoločensky hodnotné myšlienky, produkty ap. Ak teda hovoríme o tvorivom produkte, musí byť viac ako len nový, musí byť aj hodnotný. Niektoré produkty však majú hodnotu len pre svojho tvorca, pre ostatných môžu mať len malú hodnotu. Z toho vyplýva, že určenie hodnoty tvorivého produktu záleží na kontexte – vzťahovať sa môže na samotného tvorca alebo na jeho skupinu, v iných prípadoch na celý svet či aj na budúce generácie. Zvyčajne to potvrdí, alebo vyvráti až určitá časová etapa vo vývine ľudskej spoločnosti.

Odporúčame – dobrá prax

Našou úlohou pri motivácii ku kreatívnemu učeniu sa je dodržiavanie týchto deviatich krokov:

1. Získať pozornosť žiaka.
2. Povzbudiť žiaka k vybaveniu si potrebných predbežných vedomostí.
3. Oznámiť žiakovi učebné ciele.
4. Predložiť žiakovi príslušné podnety (učivo).
5. Poskytnúť žiakovi potrebné vedenie – pomôcky podporujúce prepojenie učiva do súvislostí.
6. Vytvoriť podmienky na predvedenie požadovaného výkonu žiakom.
7. Poskytnúť žiakovi spätnú väzbu.
8. Ohodnotiť výkon žiaka.
9. Vytvoriť podmienky na uchovanie a transfer novej osvojenej informácie do nových situácií: formulovať otázky a úlohy takým spôsobom, ktorý žiakovi umožní vyjadriť osvojené či odvodené pravidlá.

Zastávame názor, že základom pre efektívnu, tvorivú a zmysluplnú edukáciu musí byť:

1. pozeranie a pozorovanie s porozumením,
2. počúvanie s porozumením,
3. rozprávanie s porozumením,
4. čítanie s porozumením,
5. vnímanie seba, druhého a sveta s porozumením.

Dobrú skúsenosť s podporu kreativity máme aj prostredníctvom aktivity – prezentuj.

Žiaci individuálne alebo vo dvojiciach spracujú reklamný plagát na jeden konkrétny výrobok, ktorý je pre všetkých rovnaký. Rozmer plagátu je A3 môže byť čiernobiely alebo farebný, spracovaný na počítači alebo tradičným výtvarným spôsobom. Plagát bude obsahovať: náčrt alebo obrázok výrobku, informáciu o úžitku pre klienta, reklamný slogan a názov alebo logo firmy. Môže obsahovať aj miesto predaja a cenu. Žiaci urobia výstavku plagátov, očísľujú ich a pomocou hlasovacích lístkov vyhodnotia najlepší plagát. Každý žiak má k dispozícii 3 body. Najkrajšiemu plagátu dá 2 body a jeden bod dá takému, ktorému priradí druhé miesto. Aby sa predišlo hlasovaniu za svoj plagát, má každý svoj hlasovací lístok, ktorý jasne identifikuje hlasujúceho. Na záver vyučujúci spolu so žiakmi vyhodnotí najlepší plagát. Následne žiaci diskutujú o význame kreativity, o tom, čo ovplyvňuje kupujúcich, ako sa líši reklama pre rôzne cieľové skupiny, a tiež o tom, na čo môže reklama vplyvať negatívne.

Pre rozvoj tejto kreatívnej flexibility odporúčame Synektiku. V rámci inkubátorovej medzigeneračnej výmeny OPS ide vlastne o jednu z najčastejších metód, ktoré používame keď potrebujeme motivovať žiakov ku kreatívnym výkonom. Na použití tejto metódy sa zhodujú mladší aj skúsenejší kolegovia.

Teoreticky vychádza z psychológie a uplatňujeme ju s úspechom všade tam, kde je potrebná vysoká dávka tvorivosti (vynálezcovstvo, zlepšovateľstvo), s úspechom sa však uplatňuje aj v rámci všeobecného výchovno-vzdelávacieho procesu.

Synektika ako metóda nám pomáha realizovať konfluentnú pedagogiku. Konfluentná pedagogika reprezentuje prúd v pedagogike, v ktorom dochádza k splynutiu afektívnych a kognitívnych elementov, je to pedagogika, ktorá rešpektuje pociťovanie a globálnu skúsenosť žiaka pri učení.

Podstata synektiky spočíva vo vypracovaní metódy, ktorá núti riešiteľov prekonávať navyknuté spôsoby videnia problému a prístupu k jeho riešeniu, najmä využívaním analógií. Jadro vyučovacej hodiny s uplatnením synektickej metódy predstavuje teda analyzovanie didaktického problému z rôznych hľadísk a rôznymi prístupmi, pokiaľ sa nenájde riešenie. Žiaci sú vedení k tomu, že hľadajú najrôznejšie analógie.

Odporúčame aj naďalej pokračovať v tvorivých aktivitách pedagogického klubu.

11. Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Alica Jakubeová
12. Dátum	30.1.2023
13. Podpis	
14. Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Katarína Hartmannová, MBA
15. Dátum	31.1.2023
16. Podpis	