

Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúc potreby trhu práce
3. Prijímateľ	Obchodná akadémia, Daxnerova 88, 093 35 Vranov nad Topľou
4. Názov projektu	Zvýšenie kvality vzdelávania na Obchodnej akadémii vo Vranove nad Topľou
5. Kód projektu ITMS2014+	312011Z675
6. Názov pedagogického klubu	Ekonomický labyrint
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	22. 11. 2021
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	Učebňa INF2
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	Ing. Daniela Sabolová
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	www.oavranov.edupage.org

11. Manažérske zhrnutie:

Členovia klubu podrobne rozobrali aplikáciu aktivizujúcej metódy **Synektika** v odborných ekonomických predmetoch.

Synektika, typ vyučovacej hodiny, špecifické ciele vyučovacej hodiny, organizačné formy práce, vyučovacie prostriedky, štruktúra vyučovacej hodiny.

12. Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia:

1. Synektika
2. Skúsenosti s využívaním metódy synektika
3. Štruktúra vyučovacej hodiny s použitím metódy synektika

1. Synektika

Členovia klubu podrobne rozobrali podstatu vyučovacej metódy synektika. Názov tejto metódy je odvodený z gréckeho slova *synektadzo* – náhle, odrazu zbadat'. Pri jej použití je dôležité vypracovať metódy, ktoré nútia 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. Za hlavné zásady synektiky sa považuje oslobodenie sa od všeobecne uznávaných právd a synergický efekt. Podstatou synektiky je spájanie prvkov, ktoré zdanlivo vôbec nesúvisia, na čo je potrebná fantázia človeka.

„Tvorivé riešenie problémov metódou synektiky sa skladá z týchto etáp:

- Nastolenie úlohy, problému.
- Určenie toho, čo je v úlohe známe, obvyklé, konvenčné a čo je neznáme.
- Pretvorenie neznámeho na známe.
- Opis úlohy po pretvorení neznámeho na známe.
- Pretvorenie známeho na neznáme.“ (Turek, 2014, s.292).

2. Skúsenosti s využívaním metódy synektika

Každý člen klubu popísal svoje skúsenosti s využívaním vyučovacej metódy - synektika v jednotlivých triedach a jej uplatnenie v predmete podniková ekonomika.

Členovia klubu poukázali na skutočnosť, že na pretvorenie neznámeho na známe a opačne sa používa symbolická, fantazijná, bezprostredná a personálna analógia. Žiaci pri použití metódy synektika využívajú svoje kreatívne schopnosti. Ich činnosť je nielen racionálna ale aj emocionálna, podporuje ich vynaliezavosť a tvorivosť. Žiaci sa aplikáciou tejto metódy na vyučovaní naučia oveľa viac a rýchlejšie, keďže sú aktívne zapojení do vyučovacieho procesu. Použitie tejto metódy na hodinách podnikovej ekonomiky efektívne obohacuje vyučovací proces a žiakov vždy zaujme.

Vyučovacia hodina s využitím tejto metódy si vyžaduje podrobnú prípravu.

3. Štruktúra vyučovacej hodiny s použitím metódy synektika

Členovia klubu predstavili hodinu základného typu v rámci ktorej stanovili jej špecifické ciele – kognitívne, afektívne a psychomotorické ciele. Zvolili si organizačné formy práce - frontálnu a skupinovú prácu a vybrali vyučovacie metódy – vstupný motivačný rozhovor, metódu riešenia úloh, metódu synektika a inscenačnú metódu.

Predstavili vyučovacie prostriedky a rozobrali štruktúru vyučovacej hodiny:

- úvodná časť – organizácia a motivácia,
- hlavná časť – expozícia a fixácia,
- záverečná časť- zhodnotenie vyučovacej hodiny.

Členovia klubu aplikovali metódu synektika na konkrétnu vyučovaciu hodinu podnikovej ekonomiky v treťom ročníku v tematickom celku Odbyt, téma Reklamné prostriedky a médiá, tvorba reklamného plagátu.

Na motiváciu žiakov v úvode vyučovacej hodiny sme použili motivačný rozhovor a metódu riešenia úloh na tému chýbajúce produkty na trhu, predaj produktov na trhu za pomoci reklamných prostriedkov a reklamných médií a význam reklamných sloganov a ich vplyv na zákazníkov. Opýtali sme sa žiakov: *Chýbajú mladým ľuďom nejaké produkty na súčasnom trhu? Vedeli by ste ich pomenovať a stvárniť? Zaujali Vás v poslednom čase nejaké chytľavé slogany? Kupujete si produkty na základe podnetu reklamných plagátov?* Žiaci spontánne reagovali a odpovedali na otázky.

V hlavnej časti vyučovacej hodiny sme žiakov oboznámili s pojmami reklamné prostriedky, reklamné média, uviedli sme požiadavky na reklamu a Zákon o reklame č. 143/2001 Zz.

Žiakom sme načrtli situáciu: *Ste zákazníkmi, ktorí majú neuspokojenú potrebu, v súvislosti s chýbajúcim produktom na trhu. Pomenujte túto svoju potrebu aj produkt, ktorý by uspokojil vybranú potrebu mladých ľudí.* V ďalšej fáze sa rozdeľte do troch skupín a predstavte si, že ste pracovníkmi reklamnej agentúry a dostali ste objednávku na tvorbu reklamného plagátu a sloganu na vybrané produkty. Očakáva sa od Vás grafické stvárnenie reklamného plagátu a zoštylizovanie reklamného sloganu na vybrané produkty. Výsledok vašej tvorby zakreslite na tabuľu a pokúste sa svoj produkt predat' na miestnom trhu. Rešpektujte pri tom základné požiadavky na reklamu. Vyberte vhodné nosiče t. j. média na reklamný plagát. Uveďte faktory, ovplyvňujúce výber reklamného prostriedku a média. Svoj produkt predajte zákazníkovi v rámci osobného predaja.

Úlohou skupín bolo v priebehu ďalších 20 minút vytvoriť reklamný plagát. Žiaci si museli určiť, aký produkt budú propagovať, ktorý mladým ľuďom na trhu v súčasnosti chýba. Vhodne doplniť krátky slogan a názov svojho produktu. Členovia skupiny sa museli zhodnúť na všetkých vyššie uvedených bodoch a vytvoriť jednotnú prácu ako skupina. Skupiny pracovali samostatne. Cieľom bolo vytvoriť ich vlastný reklamný plagát, ktorý má byť výstižný, pútavý a osloviť čo najviac zákazníkov. Využili svoju kreativitu aj emočnú stránku, vedeli sa zžiť do navodenej situácie v rámci aplikovanej metódy synektika. Každá skupina predstavila svoj výtvar celej triede.

Každý žiak bez ohľadu na to, do ktorej skupiny patril, pri prezentácii priradil jednotlivým plagátom počet bodov na stupnici od 1 do 10. Na konci trieda vybrala najlepší návrh reklamného plagátu. Využitím inscenačnej metódy žiaci predviedli, ako by mal vyzerat' osobný predaj ich produktov na trhu. Žiakov sme podporovali, aby hrali predávajúceho a kupujúceho, aby si vykali a navodili sme atmosféru ako v reálnej firme. Žiakov sme povzbudili, aby sa nebáli a osmelili sa. Upozornili sme ich aj na gestá, ktoré majú veľký podiel na dobrom výsledku uskutočneného obchodu.

Hodnotenie žiakov prebiehalo ústne v priebehu celej hodiny. Žiaci boli správne namotivovaní a plní očakávania ako obstoja v konkurencii. Zhodnotili, že urobili všetko preto, aby úspešne prezentovali svoj produkt na vytvorenom plagáte s chytľavým a zaujímavým sloganom. Páčila sa im vzájomná spolupráca a práca v tíme.

13. Závery a odporúčania:

Členovia klubu po diskusii dospeli k záverom a odporúčaniam:

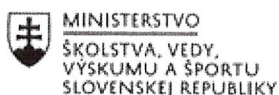
1. Na hodinách podnikovej ekonomiky má metóda synektika široké uplatnenie s veľkým efektom. Pomáha upevňovať a ľahšie si zapamätat' učivo.
2. Podporuje vynaliezavosť a tvorivosť žiakov, pomáha zdokonaľiť vzťahy a sociálne kompetencie medzi spolužiakmi na základe ich vzájomnej spolupráce.
3. Metódu synektika možno použiť iba obmedzene, keďže si vyžaduje dlhú dobu aplikácie, dajú sa však použiť niektoré jej prvky, najmä asociácia a analógia na riešenie vybraných problémov.
4. Členovia klubu odporúčajú vypracovať vzorovú vyučovaciu hodinu ako pomôcku pre učiteľov.

2. Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Daniela Sotáková
3. Dátum	22. 11. 2021
4. Podpis	<i>Sotáková</i>
5. Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Daniela Sabolová
6. Dátum	22. 11. 2021
7. Podpis	<i>Sabolová</i>

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu

Príloha správy o činnosti pedagogického klubu



EURÓPSKA ÚNIA
Európsky sociálny fond
Európsky fond regionálneho rozvoja



OPERAČNÝ PROGRAM
ĽUDSKÉ ZDROJE

Prioritná os:	Vzdelávanie
Špecifický cieľ:	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúc potreby trhu práce
Prijímateľ:	Obchodná akadémia, Daxnerova 88, 093 35 Vranov nad Topľou
Názov projektu:	Zvýšenie kvality vzdelávania na Obchodnej akadémii vo Vranove nad Topľou
Kód ITMS projektu:	312011Z675
Názov pedagogického klubu:	Ekonomický labyrint

PREZENČNÁ LISTINA

Miesto konania stretnutia: Obchodná akadémia, Vranov nad Topľou, **Učebňa INF 2**

Dátum konania stretnutia: **22. 11. 2021**

Trvanie stretnutia: od 15.30 h do 18.30 h

Zoznam účastníkov/členov pedagogického klubu:

č.	Meno a priezvisko	Podpis	Inštitúcia
1.	Ing. Daniela Sabolová		OA, Vranov n. T.
2.	Ing. Ľubica Smolejová		OA, Vranov n. T.
3.	Ing. Daniela Sotáková		OA, Vranov n. T.