

Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.1.1 Zvýšiť inkluzívnosť a rovnaký prístup ku kvalitnému vzdelávaniu a zlepšiť výsledky a kompetencie detí a žiakov
3. Prijímateľ	SŠŠ, Trieda SNP 104, 040 11 Košice
4. Názov projektu	Inovácia vzdelávania za účelom zlepšenia čitateľskej, matematickej, finančnej a prírodovednej gramotnosti
5. Kód projektu ITMS2014+	312011W095
6. Názov pedagogického klubu	Pedagogický klub finančnej gramotnosti
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	01.12.2022
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	SŠŠ, Trieda SNP 104, 040 11 Košice
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	RNDr. Martina Múčiková
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	https://sportgymke.edupage.org/a/rozvoj-citatelskej-prirodovednej-matematickej-a-finančnej-gramotnosti-na-zs-a-ss

11. Manažérske zhrnutie:

Správanie spotrebiteľa

12. Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia

1. Členovia PK viedli diskusiu o tom, aké je správanie spotrebiteľa v trhovom mechanizme. Faktory nákupného správania sa dajú rozdeliť do nasledovných skupín:
 - Kultúrne faktory
 - Spoločenské faktory
 - Osobné faktory
 - Psychologické faktory
2. Na spotrebiteľské správanie majú vplyv 4 hlavné psychologické faktory: motivácia, vnímanie, učenie, presvedčenie a postoje. Členovia sa v rámci finančnej gramotnosti zamerali na tvorbu návrhov, príkladov pre motiváciu spotrebiteľa formou cenovej a necenovej konkurencie.

3. Členovia PK sa venovali aj Desiatim základným právam spotrebiteľov v Európskej únii:

1. Kúp si čo chceš a kde chceš
2. Ak to nefunguje, vráť to späť
3. Vysoké štandardy bezpečnosti pre potraviny a iné spotrebiteľské tovary
4. Poznaj to, čo ješ
5. Zmluvy majú byť spravodlivé pre spotrebiteľov
6. Spotrebiteľia môžu zmeniť svoje rozhodnutie
7. Jednoduchšie porovnávanie cien
8. Spotrebiteľ nesmie byť klamaný
9. Ochrana počas dovolenky
10. Efektívna náhrada pri cezhraničných sporoch

13. Závěry a odporúčania:

Členovia PK sa zhodli na tom, že by sa nemalo zabúdať na to, že spotrebiteľ je pri rozhodovaní o kúpe ovplyvňovaný viacerými faktormi. Určité faktory sa dajú ovplyvniť, iné zas nie. Je dobré poznať ich a svoj marketing cielene nasmerovať podľa toho, kto je vaším konečným zákazníkom a správať sa finančne zodpovedne.

14. Vypracoval (meno, priezvisko)	Mgr. Andrea Domonkošová
15. Dátum	01.12.2022
16. Podpis	
17. Schválil (meno, priezvisko)	RNDr. Martina Múčiková
18. Dátum	02.12.2022
19. Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu