

METODICKÝ LIST PRO UČITELE

Název úlohy	Reklama – Supergame
Autor/ka úlohy	Mgr. Jana Doležalová (ZŠ Vimperk, Smetanova 405) ve spolupráci s doc. RNDr. Vladimírou Petráškovou, Ph.D. (JU České Budějovice) a Mgr. Kateřinou Zlochovou (ZŠ Vimperk, Smetanova 405)
Vzdělávací stupeň	Základní škola (2. stupeň)
Ročník/y	6.–9. ročník
Předmět/y	Občanská výchova

Forma práce	Skupinová
Standard finanční gramotnosti (okruh)	Nakupování a placení: Nakupování
Sledované/rozvíjené dovednosti	Žáci: - rozpoznají klamavé, nedoložené a manipulativní prvky v reklamě a dokážou je pojmenovat, - vypočítají celkovou cenu nákupu včetně doplňků a posoudí, zda je nabídka skutečně výhodná, - vyhodnotí důvěryhodnost obchodní nabídky, určují chybějící informace a navrhnou, jak se jako spotřebitelé rozhodovat zodpovědně.
Časová dotace	1 vyučovací hodina
Pomůcky, vč. digitálních	

Komentář pro vyučující

Žáci pracují ve skupinách, každá skupina obdrží jeden plakát s reklamou. Jejich úkolem je reklamu společně přečíst, odhalit klamavé nebo zavádějící prvky a dopočítat skutečnou cenu nabízeného produktu. Skupiny mezi sebou porovnají výsledky a diskutují, jak reklama působí, jaké informace zamlčuje a jak motivuje ke koupi. Cílem je rozvíjet kritické čtení reklamy, orientaci v cenách a schopnost rozhodovat se jako informovaný spotřebitel.