

centar za edukaciju  
i savjetovanje



Priručnik

# VJEŽBANJE PODUZETNIŠTVA

ZA NASTAVNIKE OSNOVNE I SREDNJE ŠKOLE



## O projektu

### NAZIV PROJEKTA:

„Sinergija održivog razvoja i poduzetničke aktivnosti u školskim klupama“

Program sufinancira Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske u sklopu Švicarsko - hrvatskog programa suradnje.

### NOSITELJ PROJEKTA:

Centar za edukaciju i savjetovanje Sunce

### PARTNERI I SURADNICI NA PROJEKTU:

PRONI Centar za socijalno podučavanje, Osijek, Osnovna škola Mitnica, Vukovar, Ekonomski škola, Vukovar, Srednja škola Viktorovac, Sisak, Osnovna škola Galdovo, Sisak, Gimnazija Antuna Vrančića, Šibenik, Osnovna škola Jurja Šižgorića, Šibenik, Osnovna škola Antuna Gustava Matoša, Zagreb, Prva gimnazija, Zagreb

### MJESTO PROVEDBE:

Zagreb, Sisak, Šibenik, Vukovar

### VRIJEME PROVEDBE:

8.03.2019. - 7.04.2020.

### AUTORICA PRIRUČNIKA:

Maria Tomić Preiner, dipl. psihologinja i dipl. socijalna radnica

### UREDNICE PRIRUČNIKA:

Tanja Prekodravac, prof. psihologije

Barbara Sajko, dipl. socijalna radnica



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE  
Ured za udruge



Švicarsko - hrvatski  
program suradnje

Stajališta izražena u ovom priručniku isključiva su odgovornost Centra za edukaciju i savjetovanje

Sunce i ne odražavaju nužno stajalište Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske.

## SADRŽAJ PRIRUČNIKA

### 1. Uvod \_\_\_ 3

### 2. Prvi ciklus radionica „Mali društveno odgovoran poduzetnik krije se u meni“

- Prva radionica: Moja odgovornost za moju bolju budućnost \_\_\_ 5
- Druga radionica: Inovativnost kroz očuvanje zajednice u kojoj živimo \_\_\_ 8
- Treća radionica: Donesimo odluke za bolju zajednicu \_\_\_ 10
- Četvrta radionica: Našom inicijativnom možemo pokrenuti promjene u zajednici \_\_\_ 12

### 3. Drugi ciklus „Što je to održivi razvoj za moju poslovnu ideju“

- Prva radionica: Dinamično gospodarstvo s punom zaposlenošću: Od mrvice do gotovog proizvoda - upoznavanje proizvodnog procesa \_\_\_ 16
- Druga radionica: Zaštita zdravlja: Potaknimo kupnju proizvoda - osnove marketinga za početnike \_\_\_ 19
- Treća radionica: Očuvanje okoliša: Vrijednost i cijena proizvoda - osnove financija \_\_\_ 21
- Četvrta radionica: Odgovorni poduzetnici - bonton u poslovnoj komunikaciji \_\_\_ 24

### 4. Prilozi radionicama

- Prvi ciklus radionica „Mali društveno odgovoran poduzetnik krije se u meni“ \_\_\_ 26
- Drugi ciklus „Što je to održivi razvoj za moju poslovnu ideju“ \_\_\_ 41

### 5. Korisni materijali za nastavnike - linkovi \_\_\_ 52

## UVOD

Priručnik je nastao u sklopu projekta "Sinergija održivog razvoja i poduzetničke aktivnosti u školskim klupama" kojeg sufinancira Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske u sklopu Švicarsko - hrvatskog programa suradnje.

Priručnik je namijenjen nastavnicima i stručnim suradnicima kako bi kroz interaktivne radionice kod učenika razvijali poduzetničke vještine kao što su: rješavanje problema, analitično razmišljanje, kreativnost.. Radionice su namijenjene učenicima osnovnih i srednjih škola. Sadržaj radionica se može koristiti onako kako je prikazan u ovom priručniku ili isti može biti smjernica za izradu nekih sličnih edukativnih sadržaja.

U prvom ciklusu radionica „Mali društveno odgovoran poduzetnik krije se u meni“ poseban naglasak stavlja se na razvoj ideja koje osmišljavaju sami učenici. Pored učenja o poduzetnosti, drugi ciklus radionica „Što je to održivi razvoj za moju poslovnu ideju“ pruža mogućnost da kroz različite vježbe učenike upoznate s marketingom te kako im isti može pomoći u plasiranju njihovih proizvoda na tržište. Priručnik će vam pomoći da ih upoznate s pojmom odgovorna proizvodnja, na koji način upravljati financijama i kako dobro prezentirati svoje proizvode/usluge potencijalnim investitorima i to u kontekstu pravila poslovnog bontona.

Preporuka je da se aktivnosti u sklopu radionica provode u malim grupama sa što više interaktivnih materijala, a primjeri nekih od njih sastavni su dio priručnika.



U sklopu provedbe radionice možete koristiti različite multimedijalne sadržaje kao što su video i interaktivni kvizovi. Također, nakon završetka provedbe prvog ciklusa radionica, možete organizirati druženje učenika s poduzetnicima koji će ispričati priču o svom poduzetničkom uspjehu. Poseban naglasak treba usmjeriti na to da se sadržaji radionica povezuju s UN-ovim ciljevima održivog razvoja kao i na prezentacijske vještine učenika.

U trećem dijelu priručnika nalazi se popis video sadržaja koji vam mogu pomoći u upoznavanju učenika s problemima suvremenog svijeta na globalnom nivou kao što su: iskorištavanje dječjeg rada, problem zagađenja okoliša, problem konzumerizma te ekonomске nejednakosti i siromaštvo. Navedeni video sadržaji mogu se obrađivati u sklopu sata razrednika i/ili na predmetnoj nastavi prirode, povijesti, vjeroučstva, etike. Preporuka je da nakon gledanja videoa potaknete diskusiju i promišljanje među učenicima na koji način bi se navedeni problemi mogli riješiti. Također, na kraju priručnik prikazani su i materijali koji vam mogu koristiti kao inspiracija za kreiranje radionica o održivom razvoju.

## *PRVI CIKLUS RADIONICA*

*„MALI DRUŠTVENO ODGOVORAN  
PODUZETNIK KRIJE SE U MENI“*



## PRVA RADIONICA

### „MOJA ODGOVORNOST ZA MOJU BOLJU BUDUĆNOST“

Trajanje: 45 minuta

**Cilj radionice:** povećati znanje učenika o tome tko su poduzetnici, kao i to da li oni sami imaju osobine koje su potrebne za realizaciju poduzetničkog pothvata.

#### UPOZNAVANJE S PODUZETNIŠTVOM KROZ PRIČU O NUTELLI

Na početku radionice se predstavite učenicima i zatim ih upoznajte s tim što ćete raditi danas na radionici. Kroz ovu školsku godinu pričat ću s vama o nečemu vrlo zanimljivom, a to je održivi razvoj i poduzetništvo. Zna li možda već sada netko od vas što to znači?

**Napomena:** pričekajte pola minute da vidite hoće li netko od učenika znati odgovor, a ako ne, onda recite: nema veze, jer ćete nakon održanih radionica znati puno više o ovoj temi. I ne samo to, neki od vas će otkriti pravog malog poduzetnika/cu u sebi. Kreirat ćete neke nove proizvode, misleći pri tome na zaštitu okoliša i okolinu u kojoj živate.

#### PRIČA O NUTELLI

**Uputa za voditelje:** za početak ću vam pročitati priču o jednom slatkisu kojeg gotovo svi vole. Znate li možda kako je nastala Nutella? Ukratko im ispričajte priču o Nutelli (PRILOG 1). Naglasite kako je Pietro Ferrero u početku bio siromašan, a Nutellu je napravio u vrijeme Drugog svjetskog rata kada je bilo jako teško smišljati nove proizvode, ali je imao dobru ideju koja i dan danas uveseljava i djecu i odrasle.

**Napomena:** nakon što završite izlaganje, pokažite im Nutellice u plastičnim kutijicama te potaknite diskusiju. Kada pogledate pakiranje Nutelle koju imate pred sobom, recite mi po čemu ona zagađuje okoliš i kako bi se to moglo popraviti, odnosno kako bi Nutella mogla izgledati drugačije, prihvatljivije za okoliš?



## DISKUSIJA NA PRIČU O NUTELLI

1. Kako biste opisali čovjeka koji je stvorio Nutellu?
2. Što je moglo dovesti do toga da se Nutella ne napravi i što je bilo bitno da ostvari uspjeh?
3. Što je predstavljalo opasnost da ideja možda neće uspjeti?
4. Što bi se dogodilo da su odustali?
5. Može li mi netko od vas reći kakva je osoba koja je uporna? Kakve osobine ima, kako se ponaša?
6. A kakva je osoba koja vjeruje u sebe?
7. Što biste vi napravili da vam netko kaže, da vaša čokolada nije dobra i da je nitko ne želi kupiti?

## VJEŽBA: RJEŠAVANJE PROBLEMSKOG ZADATKA – „Toranj od štapića“

**Potreban materijal:** glinamol i štapići za ražnjiće.

**Uputa za voditelje:** a sada jedna vježba koja će nam pokazati imate li vi već sada neke od osobina malih poduzetnika.

Podijelite učenike u grupe od po pet učenika. Svakoj grupi podijelite jednak broj štapića i glinamola. Cilj je da svi sudjeluju i izgrade što viši toranj, a pobijeđuje grupa koja izgradi najviši toranj. Odredite im vrijeme od 5 minuta.

Za ovu vježbu odaberite nove male pomagače koji će podijeliti materijale sudionicima.

### Pitanja za diskusiju nakon vježbe:

1. Jeste li uspjeli obaviti zadatak?
2. Kako vam je bilo?
3. Jeste li se ljudili, htjeli odustati?
4. Jeste bili vođa, asistent, kreativac..?



**Napomena:** predstavnik grupe koja je uspjela sagraditi najviši toranj neka objasni kako su u tome uspjeli, a iz grupe koja nije pobijedila neka objasni zašto nisu.

Voditelj kaže: kao što ste mogli vidjeti iz ove vježbe, bitno je vjerovati da ćete uspjeti i ne odustati. Upravo je samouverenost ono što vas danas želimo naučiti, a to je da vjerujemo, da svako od vas u budućnosti može ne samo napraviti toranj nego i veće

stvari. Samouvjereni ljudi zauzimaju se za nešto, ne zato jer misle da su uvijek u pravu, već zato jer se ne boje biti u krivu. Njima je važnije otkriti što je ispravno, nego biti u pravu.

## VJEŽBA: ŠTO RADI TATA, A ŠTO MAMA?

Voditelj najavi vježbu.

U prethodnoj vježbi vidjeli smo što znači i čemu služi upornost, u slijedećoj vježbi ćemo vidjeti je li zabavnije kada su tata/mama na poslu i imaju šefa ili kada imaju svoj posao i sami su sebi šefovi? Znate li možda već sada odgovor na to pitanje? Unatoč vašim odgovorima idemo vidjeti hoćete li se i nakon ove vježbe držati svog odgovora.

**Uputa za učenike:** u grupi pročitajte tekst (PRILOG 2) koji ste dobili i odgovorite na pitanja koja su napisana na papiru. Podijelite se u grupe po pet članova. Svaka grupa neka odabere predstavnika koji će zapisivati odgovore učenika te na kraju prezentirati odgovore grupe.

**Napomena:** dvije grupe dobit će opis mame Petre (poduzetnice), a druge dvije grupe opis zaposlenog tate (ukoliko imate četiri grupe).

Bitno je da voditelj pomaže učenicima u rješavanju slučaja obilazeći grupe i postavljajući dodatna potpitanja radi donošenja zaključka.

**Zaključak vježbe:** naglasite kako svaka od ovih opcija ima svoje pluseve i minuse, ali je važno reći da su i Petra i Ivan imali dobre osobine upornosti i marljivosti, ali da nažalost tata Ivan nije imao šefa koji je pazio na njega već mu je bio važan samo uspjeh. Mi ćemo na idućim radionicama naučiti što je to društveno odgovorno poslovanje i kako mi, kao budući poduzetnici, trebamo štititi radnike koji za nas rade.

## VJEŽBA ZA KRAJ: IMAM LI JA OSOBINE PODUZETNIKA

**Uputa za voditelje:** poduzetnici moraju imati nešto što ćete pročitati na prilozima. Svatko od vas dobit će jedan papirić, s jednom osobinom, a vaš je zadatak da mi kažete imate li tu osobinu i kakva je osoba koja ima tu osobnu npr. strpljiv sam - nikada ne odustajem.

**Uputa za voditelje:** izrežite riječi koje se nalaze u PRILOGU 3 i svakom učeniku podijelite po jednu riječ. Na kraju im recite kako su sve osobine potrebne i važne da bismo mogli razvili svoj posao ili neki svoj proizvod.

## EVALUACIJA

## **DRUGA RADIONICA**

### **„INOVATIVNOST KROZ OČUVANJE ZAJEDNICE U KOJOJ ŽIVIMO“**

Trajanje: 45 minuta

**Cilj radionice:** povećati inovativnost učenika s ciljem korištenja iste za rješavanje problema u budućnosti.

#### **UVOD**

Drago mi je što smo opet s vama ovdje, kako vam se svidjela prošla radionica? Potrudit ćemo se da vam i danas bude zanimljivo. Danas ćemo govoriti o inovativnosti i kako ju možemo upotrijebiti za rješavanje različitih problema.

#### **VJEŽBA: CRTANJE KRUGOVA**

**Uputa za vježbu:** učenicima podijelite bijeli papir A4 formata na kojem trebaju nacrtati 5 krugova, kako god misle da to treba napraviti. Nakon što su nacrtali svoje krugove, vi na ploči nacrtajte jedan od primjera svojih krugova te im kažite neka ustanu učenici koji su nacrtali krugove isto kao vi. Ovo provedite nekoliko puta. Nakon toga, kao zaključak vježbe recite: „Kao što ste vidjeli iz ove vježbe svatko je od vas pokazao inovativnost“.

#### **KRATKO IZLAGANJE O INOVATIVNOSTI**

Puno ljudi, neovisno o tome koliko godina ima, inovativnošću rješavaju različite svakodnevne probleme i izazove. Inovacijom se obično nazivaju proizvodi koji prije nisu postojali. Inovacijom se nastoji riješiti određeni problem i one obično čine ovaj svijet boljim. To mogu biti novi proizvodi ili usluge.

Napomena: nakon što ste ispričali o inovativnosti i prodiskutirali s učenicima, podijelite svakom paru učenika u klupi jednu sličicu (PRILOG 1).

#### **VJEŽBA: SLIKE PRIZVODA KOJI SU PROMJENILI SVIJET**

Kao što vidite, svaki par je dobio jednu sliku. Vaš zadatak je da ju pogledate i prodiskutirate u paru koji problem je navedeni proizvod riješio ? Kako je izgledao život dok ovaj proizvod nije postojao?

Napomena: prozovite nekoliko učenika da vam kažu svoje odgovore.

Kao nastavak na prethodnu vježbu pogledat ćemo video s 10 inovacija koji pokazuje čemu nam zapravo služe inovacije i kako možemo razvijati svoju inovativnost.

Video se nalazi na linku: [https://www.youtube.com/watch?v=FJlpcyx8\\_g](https://www.youtube.com/watch?v=FJlpcyx8_g)

Ako učenici ne razumiju engleski neka voditelj simultano prevodi.

**Nakon videa provesti diskusiju:**

1. Kako vam se svidio film?
2. Što ste iz njega naučili?

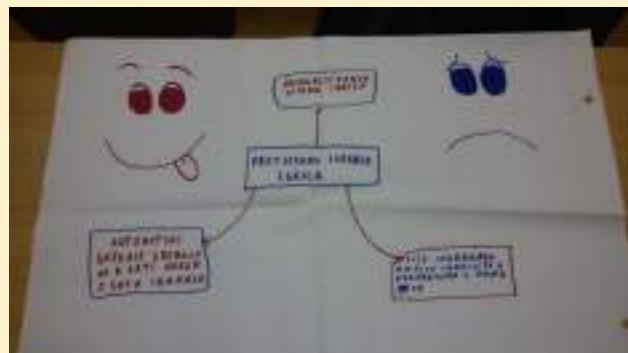
## VJEŽBA: SVOJOM INOVATIVNOŠĆU RIJEŠITE PROBLEME

**Uputa:** Sada kad ste vidjeli kako nam inovativnost može pomoći u rješavanju različitih problema, vi ćete svojom inovativnošću pokušati riješiti dva velika problema s kojima se danas susrećemo u svijetu. Podijelite se u grupe po pet članova.

- Problem koji će rješavati dvije grupe: **NEMOGUĆNOST SVE DJECE NA SVIJETU DA IDU U ŠKOLU**
- Problem koji će rješavati druge dvije grupe: **PROBLEM PRETJERANOG IGRANJA VIDEO IGRIČA NA MOBITELU ILI PLAY STATIONU.**

Vaš zadatak je da na inovativan način pokušate iste riješiti. Budite maštoviti i ne brinite se je li nešto izvedivo ili nije.

Da vam ovaj zadatak bude lakši, naučit ćemo vas metodu koja se zove „OLUJA MOZGOVA“. Kada budete radili ovu vježbu neka jedan član vaše grupe zapisuje odgovore. Svaki član grupe neka pokuša smisliti barem tri različite ideje za rješenje problema kojeg ste dobili. Nakon toga će svaka grupa prezentirati ostatku razreda svoja rješenja.



**Napomena:** opišite im metodu oluje ideja (PRILOG 2) i recite im da na takav način kreiraju ideje/rješenja za probleme koje su dobili. Pomozite im u postupku dosjećanja.

Na kraju neka svaki predstavnik svoje grupe pročita rješenja svoje grupe te potaknite diskusiju na navedena rješenja.

## EVALUACIJA

## TREĆA RADIONICA

### „DONESIMO ODLUKE ZA BOLJU ZAJEDNICU“

Trajanje: 45 minuta

**Cilj radionice** je kod učenika poticati i razvijati kritičko mišljenje na način da promišljaju kako mogu tvrtke pozitivno ili negativno utjecati na održivi razvoj.

Potreban materijal:

- 15 različitih predmeta koje možete pronaći u kući ili u uredu, A3 papir, ljepilo.

#### UVOD

Drago nam je da smo ponovno s vama. Nakon što smo naučili osmišljavati nove ideje, razmišljati na kreativan i inovativan način, danas ćemo naučiti na koji način rješavati probleme u našoj zajednici. Za početak slijedi jedna vježba.

#### VJEŽBA: KREATIVNA RJEŠENJA

Ova aktivnost potiče kreativno rješavanje problema. Odaberite tri ili više različitih predmeta, poput limenke za kavu, otvarača čepova, češlja, zavoja, kutije, pletene kape, olovke... Podijelite učenike u ekipe s jednakim brojem učenika. Zatim im predstavite i opišite situaciju u kojoj svaki tim mora riješiti problem koristeći samo ta tri predmeta (PRILOG 1). Zadatak timova je da otkriju kreativno rješenje nakon čega neka svaki tim predstavi svoje rješenje i svoj način razmišljanja.



Napomena: odaberite tri do pet različitih predmeta za četiri grupe učenika. To mogu biti bilo koji predmeti koje imate kod kuće.

#### Pitanja za diskusiju:

1. Kako vam se svidjela vježba?
2. Na koji način ste riješili problem kojeg ste dobili?
3. Što mislite koji su najčešći problemi suvremenog društva?

Prije slijedeće vježbe recite: vidim da ste domišljati u osmišljavanju rješenja problema i zato ćemo nastaviti u tom smjeru“. Ostanite i dalje u svojim malim grupama, jer ćete zajedno sudjelovati u još jednoj zanimljivoj vježbi.

## VJEŽBA: PROBLEMI U SLICI

Uputa: svaka grupa dobit će različite slike i opis problema (PRILOG 2). Zatim prvo svakoj grupi podijelite samo slike i neka pokušaju pogoditi koje probleme slike pokazuju. Nakon toga svakoj grupi podijelite tekst koji ide uz sliku, neka ga pročitaju u svojoj grupi. Zadatak učenika je da na A3 papir prvo zalijepe tekst, a zatim i slike te u grupi zajedno napišu odgovore na pitanja:

### Pitanja za diskusiju u grupi

1. Što je dovelo do tog problema?
2. Što se može napraviti da se ovaj problem smanji?
3. Što vi kao učenici možete uraditi da spriječite ovaj problem i da potaknete druge da pokrenu promjene?

### Za kraj radionice..

Kako bismo mogli pokrenuti promjene u zajednici u kojoj živimo potrebno je da promjene pokrenemo prvo kod sebe. Znam da jako volite mobitele i igrice i imam jedan zadatak za vas. Sada ćete uzeti svoje mobitele i utipkati slijedeći *on line* link [footprintcalculator.org](https://www.footprintcalculator.org/). Zadatak je da pratite pitanja i odgovorite na njih. Na kraju ćemo vidjeti koliki je vaš utjecaj na okoliš i društvo i koliko čuvate prirodne resurse koje imamo.

**Napomena:** upitnik se nalazi na linku <https://www.footprintcalculator.org/>

Nakon što učenici ispune upitnik, pitajte ih je li ih rezultat iznenadio te što su shvatili kroz ovu aktivnost?

Potaknite diskusiju u vezi našeg ponašanja i utjecaja na društvo i okoliš u kojem boravimo.

## EVALUACIJA

## ČETVRTA RADIONICA

### "POKRETANJE INICIJATIVE U LOKALNOJ ZAJEDNICI"

Trajanje 45 minuta

**Cilj radionice** je naučiti učenike vještinama lobiranja.

Potreban materijal: loptica, A3 papir, bojice i flomasteri.

Kao i uvijek sve čemo započeti s dvije zanimljive vježbe, pa krenimo.

#### VJEŽBA: DAM-NE DAM OLOVKU - JA DAM, TI DAŠ

Vježba tijekom koje učenici trebaju bez korištenja riječi tražiti jedni od drugih da im dodaju određeni predmet.

**Napomena:** podijelite učenike u parove. Neka jedan od njih u ruku uzme olovku, a drugi učenik ga treba nagovoriti da mu tu olovku da, ali bez riječi.

#### Pitanja za diskusiju

1. Kako vam se svidjela vježba?
2. Što se može zaključiti iz ove dvije vježbe?
3. Zašto kod prve vježbe morate biti jaki?
4. Kako ste uspjeli dobiti olovku? – bitna je samouvjerenost



#### VJEŽBA: VJEŽBA SA ŠIBICAMA ( rješenje je u prilogu 1)

Svakom paru podijelite četiri šibice, a zadatak je da šibice postave kao križ, nakon čega trebaju uz pomicanje samo jedne šibice dobiti kvadrat.

#### Pitanja za diskusiju:

1. Što ste kroz vježbu naučili?
2. Kako ste došli do rješenja?
3. Da li je netko od vas bio dominantan, davao rješenja ili ste zajedno došli do rezultata?

Kod ove dvije vježbe, osvijestili smo, važne su dvije osobine koje su bitne kod pokretanja inicijative, a to su moć uvjeravanja i ustrajnost u rješavanju problema.

## SREDIŠNJI DIO

Uputa: bacite lopticu učenicima u krug, nikome određenom. Onaj učenik koji uhvati lopticu treba reći jedan problem koji bi volio riješiti, a da se odnosi na poboljšanje života učenika ili poboljšanje kvalitete života u zajednici u kojoj žive.

**Napomena:** učenik koji je uhvatio lopticu treba odabratи pet učenika s kojima će zajedno raditi na osmišljavanju inicijative za rješavanje problema. Ova vježba pomoći će nam u rješavanju nekih problema s kojima se susrećete.

Učenici neka koriste metodu „Šest šešira“ (Prilog 2) koja može pomoći u rješavanju problema. Ukoliko se učenici ne mogu sjetiti nekih problema ili tema na kojima bi radili, ponudite im s obzirom na dob, neku od slijedećih tema:

- Zabrana rada nedjeljom i praznikom
- Ne želim raditi za 1.500,00 kn!
- Dislajkaj mržnju – „Ne govoru mržnje na internetu!“
- Stop iseljavanju
- Ukipanje domaće zadaće
- Pravo na polaganje vozačkog ispita sa 16 godina.

**Zadatak za učenike** je da kreiraju plakat na kojem će napisati:

- 1. Kakav je ovo problem i kako je nastao?
- 2. Kakvo rješenje predlažu, odnosno što će se dogoditi kad se taj problem riješi?
- 3. Tko su sve osobe u gradu i zajednici koje mogu pomoći u rješavanju problema?
- 4. Kako će potaknuti te osobe da im pomognu u rješavanju problema?
- 5. Na koji način će upoznati ljudе u zajednici s problemom koji žele riješiti?

**Napomena:** u kreiraju plakata potaknute učenike da crtaju i tako prikažu problem. Neka svaka grupa prezentira svoj plakat. Predstavnik svake grupe neka izađe pred ploču, pokaže plakat te prezentira rad svoje grupe. Potaknite potpitanjima odgovore i dodatna razmišljanja. Motivirajući tekst za kraj: pročitajte tekst koji se nalazi u prilogu (PRILOG 3) /na linku:

<https://rijeka2020.eu/mocna-djevojcica-s-pletenicama-petnaestogodisnjakinja-koja-nam-je-rekla-da-se-prestanemo-zezati-s-buducnoscu/>

Na kraju potaknite diskusiju na navedena rješenja učenika i inicijativu Grete.



## *DRUGI CIKLUS RADIONICA*

*„ŠTO JE TO ODRŽIVI RAZVOJ ZA MOJU  
POSLOVNU IDEJU“*



## **PRVA RADIONICA**

### **„OD MRVICE DO GOTOVOG PROIZVODA - UPOZNAVANJE PROIZVODNOG PROCESA“ - ODGOVORNA PROIZVODNJA**

Trajanje 45 minuta

**Cilj radionice** je upoznavanje učenika s proizvodnim procesom i njegovim utjecajem na održivi razvoj i očuvanje okoliša.

- Za početak razmislimo, što je to proizvodni proces?
- Kada želimo proizvesti neki proizvod, o čemu sve trebamo misliti prilikom planiranja proizvodnje?

### **VJEŽBA: KVIZ O TEKSTILNOJ INDUSTRIFI**

Za uvod u današnju temu odigrat ćemo kviz o tekstilnoj industriji

**Napomena:** Podijelite učenike u jednake grupe. Svaka grupa odabire svog predstavnika koji će zapisivati i na kraju predstaviti odgovore. Voditelj/ca podijeli svakoj grupi kviz s pitanjima (strukturirana su na način da je potrebno odabrati točan ili netočan odgovor ili ponuditi odgovor). Nakon kviza voditelj čita svaki odgovor s kratkim činjenicama o tekstilnoj industriji i važnosti recikliranja odjeće. Kako biste potaknuli dinamiku možete napraviti i kratko natjecanje tj. bilježiti na ploči koja grupa je imala najviše točnih odgovora. Slijedi rasprava o tome što možemo učiniti na različitim razinama (na individualnoj razini, na razini škole, na razini lokalne zajednice). Kviz pitanja, odgovori i činjenice o tekstilnoj industriji su u nastavku, a pitanja bez odgovora nalaze se u Prilogu 1.

#### **KVIZ PITANJA:**

1. Znaš li koje su industrije najštetnije za okoliš? Što misliš koje mjesto (po količini zagađenja) zauzima tekstilna industrija? (naftna, prehrambena, tekstilna..)

**Odgovor:** Tekstilna industrija druga je po redu, nakon naftne.

2. Pamuk je jedan od najzagađenijih materijala u tekstilnoj industriji.

**Odgovor:** Točno

**Činjenice za pročitati nakon odgovora na pitanje:** Proizvodnja pamuka uništava poljoprivredna zemljišta i zagađuje vodotok. 22.5% svih insekticida i 10% svih pesticida koji se utroše na godišnjoj razini koristi se kod uzgoja pamuka. Možda je teško za povjerovati, ali proizvodnja samo jedne pamučne majice zahtjeva 150 grama pesticida).

3. Proizvodnja umjetnih vlakana (poput poliester, najlona, sintetike) zahtjeva mnogo novca, a takva vlakna u manjoj mjeri onečišćuju okoliš.

**Odgovor:** Netočno.

**Činjenice za pročitati nakon odgovora na pitanje:** Takva su vlakna jeftina, teško ih je reciklirati, a uglavnom su nerazgradiva te zbog pesticida znatno zagađuju okoliš.

4. Koliko kilograma odjeće po stanovniku godišnje završi u komunalnom otpadu?

**Odgovor:** Prosjek je 18kg.

5. Što mislite koliko je tekstilnog otpada moguće reciklirati?

**Odgovor:** Moguće je reciklirati 97% tekstilnog otpada.

6. Najveći proizvođač i izvoznik odjeće u svijetu je SAD.

**Odgovor:** Netočno

**Činjenice za pročitati nakon odgovora na pitanje:** Najveći proizvođač i izvoznik odjeće u svijetu je Kina.

7. Najveći proizvođač i izvoznik odjeće u Europskoj uniji je Italija.

**Odgovor:** Točno

8. Industrija proizvodi 2,1 milijardu tona odjeće, a od toga je reciklirano oko 60%.

**Odgovor:** Netočno

**Činjenice za pročitati nakon odgovora na pitanje:** Reciklira se samo 20% odjeće.

**Napomena:** na kraju kviza voditelj zaključuje i rezimira odgovore – tekstilna industrija jedna je od najvećih zagađivača okoliša i znatno doprinosi globalnom zatopljenju. U procesu proizvodnje koriste se prirodna vlakna (vuna, krvno, pamuk, lan...) te umjetna vlakna (poliester, sintetika...) koja su jeftina, a teško ih je reciklirati i trajno zagađuju okoliš. Zbog namjere proizvođača da ostvare veći profit/zaradu, proizvodnju sele u Aziju, Afriku i Istočnu Europu, jer su tamo u mogućnosti manje plaćati radnu snagu/radnike (odnosno izrabljivati ljudi). Do 2015. godine količina potrošnje odjeće iznosila je 62 milijuna tona, a pretpostavlja se da će do 2030. doseći 103 milijuna tona. Kada bi se 75% tekstilnog otpada recikliralo svijet bi uštedio toliko vode da opskrbi 27,8 milijuna domova, a 17 milijuna tona CO<sub>2</sub>

bilo bi manje emitirano. To bi utjecalo na usporavanje klimatskih promjena i nestanak prirodnih vrsta nužnih za preživljavanje čovjeka na planeti. Otvorila bi se i nova radna mjesta. Naše društvo još uvijek je nedovoljno osviješteno o važnosti recikliranja odjeće.

### **VIDEO: ŽIVOTNI CIKLUS MAJICE**

**Uputa:** nakon odigranog kviza pogledajte zajedno video: „Životni ciklus majice“ - Angel Chang [https://www.youtube.com/watch?v=BiSYoeqb\\_VY](https://www.youtube.com/watch?v=BiSYoeqb_VY) Video zorno prikazuje proizvodni proces tijekom nastanka majice, njene distribucije i korištenja kao i posljedice koje proizvodnja i konzumerizam imaju na okoliš. Na kraju video prikazuje i načine kojima možemo smanjiti negativne posljedice na očuvanje okoliša.

### **VJEŽBA: KAKO NA EKOLOŠKI – ODGOVORAN NAČIN PROIZVESTI PROIZVOD?**

Uputa: podijelite učenike u grupe. Svaka grupa dobit će naziv jednog proizvoda i pitanja za lakše osmišljavanje procesa (Prilog 2.). Zadatak učenika je da osmisle kako bi na ekološki – odgovoran način proizveli navedeni proizvod“ uz nit vodilju tijekom navedenog procesa mislite na održivi razvoj.

Napomena: svakoj grupi podijelite papir s nazivom proizvoda i pitanjima za opisivanje proizvodnog procesa.

### **EVALUACIJA**



## **DRUGA RADIONICA**

### **„POTAKNIMO KUPNU PROIZVODA“- OSNOVE MARKETINGA ZA POČETNIKE“**

Trajanje 45 min

**Cilj radionice** je kod učenike osvijestiti postojanje i utjecaj oglašavanja kao i upoznati ih s osnovnim alatima za plasiranje ideje, tj. proizvoda na tržište.

**Potreban materijal:** A3 papir, bojice, flomasteri, predmeti za vježbu o reklami (npr: gumica za brisanje, maska za mobitel, češalj, kemijska, novčanik...)

#### **VJEŽBA ZA RAZBUĐIVANJE**

**Upute:** stolove i klupe pomaknite u stranu da dobijete veći prostor za izvođenje vježbe. Podijelite učenike u tri grupe. Svaku grupu posebno pozovite u prazan prostor te im objasnite vježbu. Stanite u krug te se uhvatite čvrsto za ruke. Tijekom cijele vježbe čvrsto se držite za ruke. Lagano krećite jedni prema drugima, a zatim se provlačite jedni drugima ispod ruku tako da se upetljavate, držeći se čvrsto i dalje. Kada se sasvim zapetljate, polagano počnite s raspetljavanjem. Navedeno ponovite sa svim grupama. Vrlo je važno da jedni drugima ne ispuštamo ruke sve dok se ne vratimo u početni položaj.

**Diskusija:** Kako vam se svidjela vježba?

#### **VIDEO: ŠTO JE TO REKLAMA?**

**Uputa za voditelje:** pripremite tri YouTube video reklame ovisno o dobi učenika. Ideje za osnovnu i srednju školu nalaze se u prilogu 1. Pogledajte zajedno reklame te upitajte učenike koja im se reklama sviđala i zašto. Nakon diskusije ukratko objasnite učenicima što čini dobru reklamu te koje su pozitivne i negativne strane reklame: „Da bi reklama bila dobra ona treba imati dobru priču, biti drugačija i izazvati iznenadjenje“ (PRILOG 2).

#### **VJEŽBA: IZRADA REKLAME ZA PROIZVOD**

**Uputa za učenike:** u prethodnoj vježbi vidjeli smo primjere reklama i čuli kakav utjecaj imaju na nas potrošače. Sada će vaš zadatak biti da osmislite i nacrtate reklamu za predmet koji ćete dobiti. Vaš plakat treba sadržavati: glavne likove, problem/potrebu koju rješava i poruku gledateljima.

**Napomena za voditelje:** podijelite učenike u grupe po pet člana. Svaka će grupa dobiti po jedan predmet za koji trebaju napraviti reklamu (npr: gumica za brisanje, maska za mobitel, češalj, kemijska, novčanik,...). Nakon izrade članovi neka prezentiraju svoju reklamu pred cijelim razredom. Ako imate vremena odglumite svoju reklamu.

## VJEŽBA: JA PRODAVAČ

**Uputa za učenike:** sada kad ste osmislili reklamu vrijeme je da prodate svoj proizvod. U ovoj vježbi ćete glumiti prodavača i kupca. Svaka grupa neka izabere jednu osobu koja će glumiti kupca, a ostali neka glume prodavača. Prodavači moraju uvjeriti kupca da kupi njihov proizvod.

**Napomena za voditelja:** u svakoj grupi osobi koja će glumiti kupca dajte papirić s opisom osobe koju treba odglumiti (PRILOG 3).

Kao zaključak na navedenu aktivnost pročitajte neke zanimljivosti o kupnji (PRILOG 2).

## EVALUACIJA



## **TREĆA RADIONICA: VRIJEDNOST I CIJENA PROIZVODA - OSNOVE**

### **FINANCIJA**

Trajanje 45 minuta

**Cilj radionice** je upoznati učenike s finansijskom pismenošću te kako odrediti vrijednost i cijenu proizvoda.

#### **UVOD**

Nakon što smo u prethodnim radionicama prošli kako nastaje proizvod kako proizvodni proces utječe na održivi razvoj te što je sve važno uzeti u obzir prilikom kreiranja i izrade proizvoda. Također smo prošli i osnove marketinga i njegov utjecaj na prodaju proizvoda.

Danas ćemo se upoznati s osnovama financija i kako odrediti vrijednost i cijenu proizvoda. Finansijsku pismenost učimo cijelog života i nitko ne smije misliti kako će toliko naučiti da će postati imun na pogreške. Pravi su pobjednici samo oni koji naprave najmanji zbroj grešaka u životnome vijeku jer su bili oprezni, jer su učili, jer su se raspitivali na više strana, jer su čitali „mala slova“, jer su bili otvoreni za nova tehnološka rješenja i inovacije.

**Uputa za učenike:** kako bismo vidjeli kako vi raspolažete financijama proći ćemo tri male vježbice:

#### **VJEŽBA 1: KOVANICA OD 5 KUNA**

**Napomena za voditelja:** učenike podijelite u grupe po pet članova. Svaka grupa neka zamisli da ima kovanicu od 5 kuna. Zadatak učenika u grupi je da napišu na papir što će si dvoje učenika iz grupe s 5 kuna kupiti, što će to biti i da li bi mogli i nešto uštedjeti.

#### **VJEŽBA 2: MOGU LI JA ŠTEDJETI?**

**Uputa za učenike:** zamislite si da već duže vrijeme želite nešto kupiti, a roditelji vam navedeno ne žele kupiti, kako ćete uštedjeti potrebnu količinu novaca?



#### **VJEŽBA 3: RAČUN IZ DUĆANA**

**Napomena za voditelja:** svakoj grupi podijelite račun iz dućana (PRILOG 1). Učenici imaju zadatak da na računu označe što je bitno kupiti, a što nije i kako možemo uštedjeti pri kupovini.

**Uputa za voditelja:** nakon svake vježbice pozovite nekoliko predstavnika grupa da vam prezentiraju mišljenja, ideje i zaključke svoje grupe.

**Potaknite diskusiju** s učenicima o vrijednostima proizvoda prilikom izrade, promocije proizvoda ali i prodaje.. U prošlim smo radionicama pričali o važnosti reklame i marketinga što mislite koliko i kako promocija utječe na visinu cijene i na prodaju proizvoda - pozovite ih da objasne. Na koji način i kojim modelima se stvara potreba kod djece, mladih i odraslih? Koliko traje određena želja i potreba, a što nakon nje?

## ŠTO JE TO FINANCIJSKA PISMENOST?

Ukratko objasnite što je to financijska pismenost: iako ne postoji jedinstvena definicija financijske pismenosti, ekonomisti se slažu da je to osnovno znanje koje je ljudima potrebno kako bi uopće preživjeli u modernom društvu. Najjednostavnije rečeno, to je sposobnost korištenja znanja i vještina za učinkovito upravljanje financijama kako bi se postigla životna financijska sigurnost.

Osim jačanja kulture konzumerizma i utjecaja marketinga na svijest o potrošnji, bihevioralni ekonomisti smatraju kako na našu subjektivnu percepciju stvarnosti osobito utječu naše osobne vrijednosti, emocije i psihofizička stanja te na svijet oko sebe gledamo iz drukčije perspektive. Primjerice, ako u prodavaonicu krenete gladni, loše volje ili depresivni, potrošit ćete znatno više novca nego da ste u nju krenuli siti i uobičajeno raspoloženi.. Važno je naučiti upravljati novcem, kako novac ne bi upravljao nama. Nažalost, mnogo ljudi ne zna upravljati vlastitim financijama.

Problemi se najčešće javljaju kada nam je sustav vrijednosti tako postavljen da prednost dajemo željama, a ne potrebama. Takva nepomišljenost česta je u ljudskom ponašanju, pa se mnogi od nas prepuštaju „čarima“ impulzivne potrošnje prije no što su podmirili osnovne životne troškove.

Primjer: Kupnja novih cipela ili odlazak u trgovinu nakon lošeg dana prije nego smo platili sve režije ili impulzivna kupnja vrećice slatkisa kako bi popravili raspoloženje nakon izrazito lošeg dana. S takvim ponašanjem vjerojatno nećemo učinkovito ispunjavati definirane financijske ciljeve. Kako bismo to izbjegli, važno je kontrolirati se, uvijek znati vlastite prioritete, a želje ispunjavati tek kad smo ispunili sve osnovne životne potrebe.

## VJEŽBA: VRJEDNOST PAMUČNE MAJICE

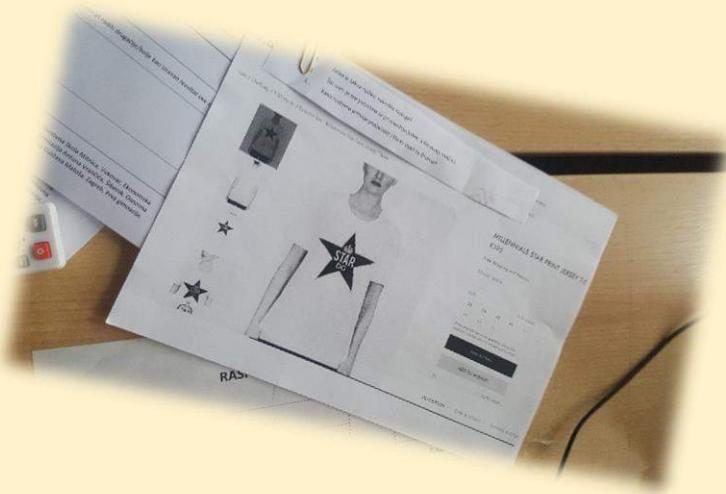
**Uputa za učenike:** svaka grupa neka odabere predstavnika koji će zapisivati odgovore članova grupe te nakraju prezentirati odgovore pred razredom.

**Uputa za voditelje:** svakoj grupi podijelite format A4 papira, jednu sliku proizvoda niže cijene i više cijene s pitanjima za diskusiju (PRILOG 2). Jedan predstavnik iz grupe neka obrazloži stav grupe.

**Diskusija nakon vježbe:** neki ljudi mogu štedjeti bez imalo napora, a drugi se bore da ne upadnu u dugove. Da li je štednja pitanje prihoda, finansijske pismenosti ili nešto treće?

**Uputa za voditelja:** Nakon diskusije zajedno pogledajte kratki animirani film.

Finansijska pismenost link na YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=MRxwoHSr5vk>



## VJEŽBA: FINANCIJSKI ELEMENTI PROIZVODA

**Uputa za voditelja:** učenici neka ostanu u grupama u kojima su bili te zajedno porazgovaraju o finansijskim elementima proizvoda. Što je sve važno u formiranju vrijednosti cijene proizvoda od njegova nastanka do prodaje. Zajedno prodiskutirajte slijedeća pitanja:

1. Na koji način kreiramo cijenu?
2. Na što sve moramo обратити pažnju prilikom kreiranja cijene?
3. Koji su fiksni, a koji prilagodljivi troškovi poslovanja? Nabrojite.

## EVALUACIJA

## ČETVRTA RADIONICA: BONTON U POSLOVNOJ KOMUNIKACIJI

Trajanje 45 minuta

**Cilj je upoznati učenike** s pravilima u poslovnoj komunikaciji te što čini kvalitetnu, a što ne kvalitetnu komunikaciju.

**Potrebni materijali:**

- A3 papir
- Ljepilo
- Kuverte

### VJEŽBA: POKVAREN TELEFON

**Uputa za voditelja:** pozovite petro dobrovoljaca ispred ploče. Zadatak prvog učenika u redu je pročitati navedenu rečenicu da u ju drugi ne vide te je šapnuti drugoj osobi i tako dok ne dođete do zadnje osobe. Možete pozvati dvije grupe učenika i ponoviti istu vježbu.

**Napomena za voditelja:** vježba obuhvaća prenošenje jedne vijesti preko više sudionika. Dajte jednom sudioniku da pročita definiciju komunikacije „Dinamički i složeni proces u kojem ljudi primaju i šalju verbalne i neverbalne poruke da bi razumjeli druge i da bi drugi razumjeli njih“.

Nakon toga ih pitajte što se iz ove vježbe moglo uočiti. Nakon što čujete njihovo mišljenje kažite da je osnova svake poslovne komunikacije vještina dobrog slušanja.

### VJEŽBA: PREPOZNAVANJE KVALITETNE I NE KVALITETNE KOMUNIKACIJE

**Uputa za voditelja:** podijelite sudionike u nekoliko grupa. Svakoj grupi podijelite kovertu sa slikama koje predstavljaju primjer dobre i loše poslovne komunikacije (PRILOG 1). Njihov zadatak je da slike raspodjele na način da na jednu stranu naljepe slike dobre, a na drugu slike loše komunikacije. Ispod svake slike



trebaju napisati što misle koje su posljedice takvog ponašanja.

## ŠTO JE TO BONTON U POSLOVNOJ KOMUNIKACIJI

**Uputa za voditelja:** učenicima ukratko objasnite pravila komunikacije tj. bonton u poslovnoj komunikaciji. Izložite učenicima osnove bontona s posebnim naglaskom na navedene cjeline: Što je to komunikacija, što je to bonton, pravila prilikom upoznavanja i predstavljanja, što je to osobni prostor i zašto je važan, pravila prilikom pisanja i slanja e-mailova i razgovora putem. U izlaganju spomenite i internacionalne razlike u bontonu, navedeno možete prezentirati u formi kviza - Istine i zablude.

## VJEŽBA: ŠTO ME NAJVIŠE SMETA U KOMUNIKACIJI S DRUGIM LJUDIMA - oluja ideja

**Uputa za voditelja:** pozovite jednog dobrovoljca koji će zapisivati odgovore na ploču. Zamolite učenike da navedu što ih najviše smeta u komunikaciji s drugim ljudima, a odgovore zapisujte na ploču. Kako bi vježba bila dinamična možete baciti lopticu i onaj koji ju uhvati treba odgovoriti na pitanje.

## VJEŽBA: DA LI JE OVO PRIHVATLJIVO ILI NE PRIHVATLJIVO PONAŠANJE?

**Uputa za voditelja:** podijelite učenike u četiri grupe te svakoj podijelite jedan primjer ne profesionalnog ponašanja. Grupa neka odabere predstavnika koji će zapisivati odgovore te prezentirati stav grupe pred razredom.

**Uputa za učenike:** zadatak učenika je da zapišu na papir što misle, što bi trebalo napraviti kada bi se našli u navedenoj situaciji koja je zapisana na papiriću (PRILOG 2).

**Napomena:** ukoliko vidite da Vam je ostalo vremena neka svaka grupa odglumi situaciju koju je dobila.

Potaknite raspravu među učenicima.

Za kraj pročitajte zanimljivosti vezane uz poslovno komuniciranje u različitim kulturama (PRILOG 3).

## EVALUACIJA



## PRILOZI

„Mali društveno odgovoran poduzetnik krije se u meni“



## **PRVA RADIONICA „MOJA ODGOVORNOST ZA MOJU BOLJU BUDUĆNOST“**

### **PRILOG 1: Priča o Nutelli**

Proizvod je sasvim sigurno jedan od najomiljenijih slastica diljem svijeta, a popularan je i kod nas. Međutim, jeste li se ikada pitali kako je zapravo nastala Nutella i zašto se, među ostalim sastojcima, pravi i od lješnjaka?

Proizvod je u svom prvotnom obliku tijekom Drugog svjetskog rata izmislio Pietro Ferrero, proizvođač slastica. Sjajno se dosjetio slatkog namaza od lješnjaka, šećera i male količine sirovog kakaa. U to vrijeme je zbog rata vladala nestaćica kakaa, dok je lješnjaka bilo u izobilju na sjeveru Italije, pa su oni postali okosnica proizvoda (premda lješnjak čini svega 13 posto kreme).

Proizvod je u početku bio poznat kao „Pasta Gianduja“ i nije dolazio u staklenki nego u obliku štruce zamotane u foliju, a početkom pedesetih preimenovan je u „Supercrema Gianduja“. Fina smjesa Giandujot pretvorena je u novi proizvod koji se mogao lako mazati na kruh po imenu SuperCrema.

Michele Ferrerov sin iskoristio je svoju genijalnost i metodom pokušaja i pogreške poboljšao recept i proizveo prvu staklenku novog namaza od lješnjaka i kakaa, ali mu još nije dao ime. Rezultat daljnog kreativnog razmišljanja bilo je savršeno ime za najslavniji namaz na svijetu.

Proizvod je svoj naziv dobio tek 1964. godine i do današnjeg dana ostao je jedan od najpoznatijih prehrabnenih artikala na svijetu.

### **PRILOG 2: Što radi tata, a što mama?**

- Moja mama Petra radi svašta zanimljivo. Ona je poduzetnica. Izrađuje nakit. Radi kod kuće i kada god ju trebam ona je tu. Ne brine se hoće li stići na posao na vrijeme. Iako puno radi, i u jutro i navečer, gotovo uvijek je nasmijana. Putuje svuda kako bi drugim ljudima pokazala nakit koji pravi i tako je dobila ideje za nove stvari koje bi mogla napraviti.
- Moj tata Ivan radi u Hrvatskoj pošti, kaže da je specijalist za prodaju i da je to važan posao koji ga veseli. Nisam baš siguran da je to tako. On se budi već u pola 6 ujutro, a dolazi kući iza 17 sati. Često je umoran. Čujem ga kako često kaže, da neće sve stići napraviti, a da njegov šef od njega puno traži. Kada trebamo ići na more on kaže da nije siguran kada će dobiti godišnji i da se mora dogоворити s

drugim kolegama na poslu. Često mi zna reći: „Dragi moj sine, ovako ću raditi dok ne postanem star“. A kasnije ću uživati u mirovini kao što to radi tvoja baka.

**Nakon što učenici u svojim grupama pročitaju tekstove neka odgovore na pitanja:**

- Čiji je posao bolji?
- Po čemu je bolji i zašto?
- Tko se mora više truditi?
- Da li tata koji radi od 8 -16 sati u tvrtki ili mama koja nema klasično radno vrijeme, nego kad ima posla i koliko ga ima, toliko mora i odraditi?

### **PRILOG 3: Imam li ja osobine poduzetnika?**

- |  |
|--|
|  KREATIVAN SAM            |
|  PRIČLJIV SAM             |
|  NIKADA NE KASNIM       |
|  RIJETKO KADA ODUSTAJEM |
|  MAŠTOVIT SAM           |
|  STRPLJIV SAM           |

- |   |
|---|
|  NE PLAŠE ME OPASNE STVARI         |
|  VOLIM BITI DOBAR U ONOM ŠTO RADIM |
|  DOBAR SAM PRIJATELJ             |
|  NE BOJIM SE                     |
|  VOLIM IZNENAĐENJA               |
|  ZNAM DOBRO PROCIJENITI LJUDE    |

## **DRUGA RADIONICA „INOVATIVNOST KROZ OČUVANJE ZAJEDNICE U KOJOJ ŽIVIMO“**

### **PRILOG 1: Slike proizvoda koji su promijenili svijet**



### **PRILOG 2: Oluja mozgova - brainstorming**

#### **UPUTA**

„Oluja ideja“ (**brainstorming**) najpoznatija je grupna tehnika poticanja kreativnog mišljenja.

Svrha tehnike je stvoriti okruženje u kojem će se pojavitи što više kreativnih ideja za rješenje iskrasnog problema, pružiti priliku sudionicima da se opuste i koriste svoje kreativne potencijale.

„Oluja ideja“ se izvodi tako da grupa izabere sobu koja će brzo zapisivati sve ideje, koje će se pojavitи doslovce onako kako ih sudionici izreknu. Ideje se ne smiju kritizirati niti komentirati, bez obzira koliko „ludo“ zvučale. Temu na kojoj će se raditi treba napisati na vrhu papira i treba biti što je moguće specifičnija. Sudionici iznose svoje ideje jedan za drugim, ali ne prema nekom određenom redu nego kako im padne na pamet. Pisanje ideja prestaje kada ideje presahnu ili nakon unaprijed dogovorenog vremena. Kad su sve ideje ispisane, grupa zajedno odlučuje koje će se ideje odbaciti,

koje još treba razmotriti, a koje su moguće rješenje problema. Rješenje problema može se ishoditi u kombinaciji nekoliko ideja.

**Napomena:** u igri "oluja ideja" čak i besmislena ideja koju netko iznese može pobuditi rješenje problema u glavi drugoga. Temu o kojoj je riječ treba što jasnije odrediti da bi eksperiment uspio. Važno je ostaviti dovoljno vremena za bavljenje idejama koje se pojave. Za samu igru treba nekoliko minuta.



## **TREĆA RADIONICA „DONESIMO ODLUKE ZA BOLJU ZAJEDNICU“**

### **PRILOG 1: Kreativna rješenja**

Napomena: svakoj grupi dajte jednu problemsku situaciju napisanu na papiru uz napomenu da pomoću predmeta koje su dobili moraju riješiti situaciju koju su dobili.

#### **1. GRUPA**

NALAZITE SE NA PUSTOM OTOKU I TREBATE NA NJEMU ŠTO DUŽE PREŽIVJETI.

#### **2. GRUPA**

TRI VAŠA PRIJATELJA NEZGODNO SU PALA U ŠUMI I OZLJEDILA SU NOGU. JEDINO IM VI MOŽETE POMOĆI KORISTEĆI PREDMETE KOJE STE DOBILI.

#### **3. GRUPA**

DOLAZITE KUĆI I KADA STE OTVORILI VRATA VIDITE DA VAM JE SOBA POPLAVLJENA, A VODA NE PRESTAJE TEĆI. ISKORISTITE PREDMETE KOJE STE DOBILI KAKO BISTE RIJEŠILI PROBLEM.

#### **4. GRUPA**

PUKLA VAM JE GUMA NA BICIKLU, A NALAZITE SE U MALOM SELU GDJE NEMATE DRUGOG PRIJEVOZA I MORATE HITNO DOĆI KUĆI, NEMATE MOBITEL.

## PRILOG 2: Problemi u slici

Podijelite učenike u četiri grupe. Svaka grupa će dobiti jednu problemsku situaciju (slike + opis problema).

### 1. GRUPA

#### ŠKOLOVANJE I SIROMAŠTVO



#### Tekst opis problema ŠKOLOVANJE I SIROMAŠTVO

Siromaštvo je više od nedostatka prihoda i resursa za održivo življenje. Manifestacije siromaštva su glad i pothranjenost, ograničen pristup obrazovanju i drugim osnovnim uslugama, socijalna diskriminacija i isključivanje, kao i izostanak sudjelovanja u donošenju odluka. Gospodarski rast mora biti uključiv, kako bi se osigurala održiva radna mjesta i promicala jednakost. Nešto više od 2,2 milijarde ljudi u svijetu je siromašno ili blizu granice siromaštva. Zemlje u Africi i na Bliskom Istoku, u kojima dolazi do sukoba, vremenskih nepogoda i nestašice hrane i lijekova, nalaze se na listi najsilomašnijih u svijetu. Dvije milijarde ljudi širom svijeta žive u siromaštvu, a 753 milijuna ljudi u ekstremnom siromaštvu. Dvije milijarde ljudi živi s dnevnim prihodom manjim od 3,2 dolara, odnosno

753 miliona ljudi s dnevnim prihodom manjim od 1,9 dolara. Djeca su nevidljivi radnici, zaposlena kao sluge, skrivena visokim zidovima opskurnih radionica ili na golemim plantažama, stoji na stranicama UNICEF-a.

#### Pitanja za diskusiju u grupi

1. Što je dovelo do tog problema?
2. Što se sve može napraviti da se ovaj problem smanji?
3. Što vi kao učenici možete uraditi da spriječite ovaj problem i da potaknete druge da pokrenu promjene?

## 2. GRUPA

### ZAGAĐENJE OKOLIŠA I SLABA ZDRAVSTVENA ZAŠTITA



### Tekst opis problema ZAGAĐENJE OKOLIŠA I SLABA ZDRAVSTVENA ZAŠTITA

Zagađenje je jedan od najvećih problema današnjice. Gradovi, sela, rijeke, mora... svi su pogodjeni tom katastrofom koju smo mi ljudi izazvali i još ju uvijek izazivamo. Zagađenje prirode je jedna od najvećih mana čovjeka koja se pojavila u novije vrijeme. Ljudi su mislili da mogu iskorištavati prirodna

dobra do „besvijesti”. Smatrali su da su neiscrpna. Nažalost nije tako i potrebno je shvatiti koliko je životinjskih i biljnih vrsta izumrlo i nestalo zahvaljujući nemilosti i nesmotrenosti čovjeka.

Osiguranje zdravog života i promicanje dobrobiti za sve ljude, svih uzrasta bitno je za održivi razvoj. Značajan napredak postignut je u povećanju očekivanog trajanja života i smanjenju smrtnosti djece i majki. Najveći je napredak postignut u boljem pristupu čistoj vodi i higijenskim uvjetima, smanjenju broja oboljelih od malarije, tuberkuloze, dječje paralize te širenja HIV / AIDS-a. Međutim, potrebno je mnogo više napora za potpuno iskorjenjivanje mnogih bolesti i rješavanje novih zdravstvenih problema. Dodatno, broj smrtnih slučajeva i povreda u prometnim nesrećama na globalnoj se razini do kraja 2020. želi smanjiti na polovicu.

#### Pitanja za diskusiju u grupi

1. Što je dovelo do tog problema?
2. Što se sve može napraviti da se ovaj problem smanji?
3. Što vi kao učenici možete uraditi da spriječite ovaj problem i da potaknete druge da pokrenu promjene?

### 3. GRUPA

#### RAVNOPRAVNOST I DOSTOJANSTVEN RAD



## **Tekst opis problema RAVNOPRAVNOST I DOSTOJANSTVEN RAD**

Diskriminacija je lošije postupanje prema jednoj, u odnosu na neku drugu osobu. Diskriminacija žena na tržištu rada dio je opće diskriminacije žena. U razvijenim gospodarstvima žene čine gotovo polovicu radne snage te je sudjelovanje žena na tržištu rada u stalnom porastu. Unatoč značajnim pozitivnim pomacima, položaj žena na tržištu rada i dalje je lošiji od položaja muškaraca.

Tradicionalna podjela poslova gdje žene uglavnom rade u djelatnostima i na radnim mjestima koja su slabije plaćena još uvijek postoji. Najučestaliji oblici diskriminacije na tržištu rada su razlike u plaćama, nejednak položaj žena i muškaraca u pogledu pristupa prilikama zapošljavanja, diskriminacija pri napredovanju u organizacijskoj strukturi i sl. Čak 76% mladih u dobi od 15 do 29 godina osjeća se diskriminirano prilikom procesa zapošljavanja (seleksijskog postupka), ali i tijekom samog procesa rada za konkretnog poslodavca. Trećina Hrvata smatra kako nije dobro zapošljavati azilante, četvrtina misli kako su beskućnici sami krvi za svoju situaciju, a jednakom dijelu populacije ne bi bilo ugodno raditi s osobom koja ima duševne smetnje. Gotovo 40% ispitanih smatra da su mlađe generacije neodgojene i bez ikakvih moralnih nazora, a trećina misli da su starije osobe puno manje sposobne od mladih.

### **Pitanja za diskusiju u grupi**

1. Što je dovelo do tog problema?
2. Što se sve može napraviti da se ovaj problem smanji?
3. Što vi kao učenici možete uraditi da spriječite ovaj problem i da potaknete druge da pokrenu promjene?

#### 4. GRUPA

#### POMAGANJE DRUGIMA



#### Tekst opis problema POMAGANJE DRUGIMA

U 2018. godini u Hrvatskoj je povećan broj zaprimljenih izješča o organiziranom volontiranju za 28% što je rezultiralo i povećanjem broja prijavljenih volontera za 32% kao i povećanim brojem volonterskih sati za 25% u odnosu na 2017. godinu.

Ljubaznost i pomaganje drugima ne samo da će vas usrećiti nego i smanjiti rizik od infarkta i depresije. Dobrota je ključna za opstanak zajednice i zbog nje su ljudi napredovali kao vrsta, pokazalo je američko istraživanje u kojem se analiziralo društvo još od antike. Predodređeni smo da pomažemo drugima te samo dobrota može objasniti i evolucijske enigme. Čovjek koji laže ili kojemu je neugodno se crveni te tako odaje svoje „slabosti”.

#### Pitanja za diskusiju u grupi

1. Što je dovelo do tog problema?
2. Što se sve može napraviti da se ovaj problem smanji?
3. Što vi kao učenici možete uraditi da spriječite ovaj problem i da potaknete druge da pokrenu promjene

## ← → ČETVRTA RADIONICA „POKRETANJE INICIJATIVE U LOKALNOJ ZAJEDNICI“

### PRILOG 1: Rješenje vježbe kvadrat sa šibicama



### PRILOG 2: Metoda „Šest šešira“

Metoda „Šest šešira“ predstavlja jednostavan i efikasan postupak koji potiče suradnju, povećava produktivnost, kreativnost i inovativnost.

„Šest šešira“ (paralelno mišljenje) se može koristiti na različite načine:

- za razvoj kreativnosti, smišljanje novih ideja
- za unapređivanje komunikacije i timskog rada
- za kritičko i analitičko mišljenje, rješavanje problema i donošenje odluka.

Korištenje ove tehnike zasniva se na usmjeravanju procesa mišljenja u nekoliko različitih pravaca, tako da se jedan problem ili ideja može razmatrati na više načina. Cilj je uočavanje mogućnosti da se sve može promatrati iz više uglova i da, iako smo naučili da stvari, pojave, probleme, promatramo na jedan način, možemo uspjeti u tome ako ih vidimo i iz drugog ugla. Potreba za ovakvom tehnikom pojavila se iz prostog razloga što je većina ljudi sklona razmišljati uvijek i o svemu na takoreći isti, odnosno uobičajeni način.

## Metoda „Šest šešira“

Trebate formirati tri grupe i još jednu grupu od šest opažača čiji je zadatak da opažaju po čemu se razlikuje razmišljanje člana grupe s drugom bojom „šešira“. Sudionici se podijele u grupe po šest članova i predstavi im se tema. Svakoj se grupi dodjeljuje po jedan šešir (zamišljen) u određenoj boji, a svaka boja predstavlja određeni način razmišljanja koji će isključivo trebati koristiti u pristupu tom problemu. Svakom članu grupe šapnete koje je boje njegov šešir te mu trebate dati opis kako treba reagirati iz te uloge.

### Pojašnjenje boja i uloga svih šešira:

#### Bijeli šešir

Usredotočuje se na podatke, činjenice i raspoložive informacije. Osoba kojoj je dodijeljena bijela boja tj. bijeli šešir treba zaboraviti na



prijedloge, argumente i sugestije i koncentrirati se na to koje su informacije potrebne i raspoložive i na koji način se do njih može doći.

Bijeli šešir se koristi kako bismo usmjerili pažnju na informacije koje imamo ili koje nam nedostaju.

Primjer: mačke su životinje na četiri noge, imaju krvno i brkove, jedu miševe.

#### Crveni šešir

Jake emocije, osjećajan. Osoba kojoj je dodijeljen ovaj šešir mora se usredotočiti na svoje osjećaje i predosjećaje kada razmišlja o problemu i iznijeti ih timu bez puno razmišljanja.

Kada je crveni šešir u upotrebi, imate priliku iskazati svoje osjećaje i intuiciju bez bilo kakvog objašnjavanja. Vaši osjećaji postoje i crveni šešir vam daje dozvolu da ih iskažete.

Primjer: mačke su prljave i sebične životinje koje se u porodici ponašaju kao diktatori.

Mačke su slatke i dražesne krvnene loptice, tople i mile životinje.

#### Crni šešir

Oprezan, vidi negativne strane, kritičar, mrzovoljan. Osoba kojoj je dodijeljen crni šešir oprezno razmišlja o rizicima i mogućim negativnim posljedicama, zagovara oprez i ističe sve što se ne može riješiti. Kada stavimo crni šešir, razmišljamo o rizicima i mogućim negativnim posljedicama ideje.

Primjer: mačke mogu prenositi bolesti, trudnice ih trebaju izbjegavati, mogu izazvati alergiju, treba dobro razmisliti prije nego što se preuzme odgovornost i nabavi mačka.

### Zeleni šešir

Zeleno podsjeća na vegetaciju koja upućuje na rast, energiju i život. Zeleni šešir je kreativni šešir. On je namijenjen planiranju i stvaranju novih ideja. Pod zelenim šeširom možemo predlagati promjene i alternative predloženim idejama. On nam omogućuje raspravu o različitim mogućnostima. Kada koristimo zeleni šešir, postavljamo pitanje: „Može li se ovo napraviti na još neki način?“

Primjer: mislim da bi bilo dobro da osnujemo društvo za čuvanje i uzdržavanje mačaka.

### Žuti šešir

Pozitivan karakter, optimista, pun nade, gleda pozitivne strane, vidi samo najbolje. Optimist koji razmišlja o najboljim mogućim (realnim) rezultatima i kao protuteža Crnom šešиру zagovara pozitivne strane rješenja problema ili mogućnosti. Nije intuitivan poput Crvenog šešira već svoj optimizam temelji na logičkim osnovama.

Pod žutim šeširom nastojimo pronaći sve ono što je pozitivno. To možemo učiniti postavljajući neka od sljedećih pitanja: "Što su prednosti ove ideje?", "Tko će imati koristi od ove ideje?", "Kako će se korisni efekti dogoditi?".

Primjer: mačke su zaista korisne u kući zbog hvatanja miševa, neovisne su i luke za uzdržavanje.

### Plavi šešir

Kada vidite plavu boju, razmišljajte o plavetnili neba, pregledu situacije s odmakom. Zato plavi šešir objedinjuje karaktere ostalih, ukazuje na nedostatke, na ono što je suvišno, na ono što je korisno - kako bi se izveli zaključci. Razmišlja odmaknuto iz teme/problema, promatra sa strane. To je osoba koja razmatra proces razmišljanja i kontrolira rad grupe. Osoba s plavim šeširom razmatra proces razmišljanja i kontrolira sastanak/rad grupe ili odjela.

Primjer: netko voli mačke, netko ih mrzi. Ne postoji logično objašnjenje, sve ovisi o osjećajima i osobnim sklonostima.

## Prilog 3: Članak o Greti

**Moćna djevojčica s pletenicama: petnaestogodišnjakinja koja nam je rekla da se prestanemo zezati s budućnošću.**

Za uvod čemo samo reći - Greta nam je zakon!

Lakim, ali sigurnim korakom popela se na govornicu COP24, UN-ove klimatske konferencije, stavila govor pred sebe, pogledala veliku dvoranu ispunjenu novinarima, aktivistima, činovnicima... Nije duboko udahnula, nije joj trebalo za trenutak za koji se borila zadnjih mjeseci.

„My name is Greta Thunberg. I'm 15 years old and I am from Sweden. I speak on the behalf of climate justice.“

Dvorana se u djeliću sekunde okrenula prema govornici na kojoj je stajala djevojčica niža stasa, s dvije pletenice, ali ozbiljnijim izrazom lica od mnogih u konferencijskoj dvorani. Mnogobrojna lica pokazivala su čuđenje situacijom u kojoj su se našli – kako oni, odrasli i uspješni ljudi, sada sjede i šutke slušaju 15-godišnju djevojku.

### Tko je ona?

Ona je kćer švedskog glumca Svantea Thunberga i operne pjevačice Malene Ernman. Greta Thunberg na papiru je „samo“ školarka kojoj je dijagnosticiran Aspergerov sindrom, ADHD u djetinjstvu, kao i njenoj sestri Beati.

### Otkrili smo tko je ona, ali - tko je Greta?

I još teže pitanje - zašto svi sjede dok ona stoji? Priča je započela prije tri mjeseca u Stockholm pred tamošnjim parlamentom gdje je Greta odlučila kampirati s namjerom da pokaže absurdnost školstva koji uči činjenice o propadanju planete Zemlje koje nakon puno godina obrazovanja - nitko ne prihvata. Zbog straha od gubitka moći, položaja, pada popularnosti ili jednostavno zbog neznanja. Nju nisu zanimali razlozi, objašnjenja, prazni papiri umrljani tintom već samo rješenje. Stoga je odlučila sjesti pred parlament s natpisom „I am doing this because you adults are shitting on my future.“ Jednostavno, iskreno, okrepljujuće. I bolno. Kao i njen govor svijetu.

„You are not mature enough to tell it like it is. Even that burden you leave to us – children.“

Prolaze li vas trnci na pomisao da se budućnost može okrenuti protiv vas? Publiku pred Gretom su prošli jer to se pred njima dogodilo - djeca su krenula protiv starijih, protiv sustava, protiv neuspjeha.

„I see the world a bit different, from another perspective“ kazala je više puta Greta proteklih mjeseci. Njena karijera klimatskog disidenta započela je kada ju je zapala prva knjiga o Zemlji. Potom druga, pa treća, dok nije shvatila kako sve o globalnom zatopljenju, uništavanju ozona, nestanku prirode ostaje na suhome u tim knjigama ili kako pada u bezdan tijekom govora.

### Pokretač

Prvo je promijenila svoju obitelj koja je odustala od svih oblika prijevoza koji se koriste fosilnim gorivima, postavila je solarne panele te se okrenula stvaranju vlastitog vrta. Potom je na red došao Stockholm, a onda - ostatak svijeta. „I believe that one person can make a difference“ slogan je kojim se vodi Greta. Međutim, njene akcije bolje bi opisao slogan „I believe that one person can start making a difference“ jer nakon njenog početnog protesta pridružili su joj se kolege i profesori.

Ubrzo su se za njenim primjerom poveli i u drugim zemljama gdje su se učenici i studenti digli na noge te jasno rekli kako ne žele živjeti u budućnosti na kojoj se radi danas. Kako možete stvarati budućnost bez djelomičnog žrtvovanja sadašnjosti

Bezobrazno, drsko, disidentski i - potrebno. Čini se gotovo kao da je sustav odvojen od stvarnosti u kojoj postoji prošlost, sadašnjost i budućnost - za njega postoji samo sadašnjost u kojoj u vodu padaju riječi intelektualaca. Sustav stvara budućnost bez doticaja sa stvarnošću koja od njega traži da prizna svoje greške. Kojih nema jer za njega ih ni nema - „Svaki je sustav savršeno kreiran za rezultate koje traži“, a to je sadašnjost. Upravo zato trebala mu je bezobrazna, drska i disidentska replika jednog djeteta koje želi budućnost.

„I don't care about being popular.“

Zato svi sjede dok Greta stoji. Bez kapljice znoja, drhtaja jedna je djevojčica govorila svijetu o svijetu koji je toliko zapeo u potrazi za Arkadijom da je poludio kao Don Quijote te ju počeo živjeti u stvarnosti koja sada više nego ikada vrvi problemima.

Pored silne pisane riječi tisuća novinara, intelektualaca, vladara - trebala nam je nova generacija reći kako žive drugu stvarnost od onih koji rade na rješenju kojeg nema jer je (još) jedna klimatska konferencija samo još jasnije pokazala kako se kriza ne naziva kriza jer krize nema. Zato svi sjede šutke i gledaju Gretu Thunberg kako govorи o svijetu kao distopiji, a ne idili.

Uvjerite se sami. Pisana riječ samo je uvod u stvarnost koja nam je donijela uzor koji nismo zaslužili. Nismo ga ni tražili, ali smo ga dobili. Trebali smo ga.

## PRILOZI

*Drugi ciklus radionica „Što je to održivi razvoj za moju poslovnu ideju“*



## PRVA RADIONICA: OD MRVICE DO GOTOVOG PROIZVODA - UPOZNAVANJE PROIZVODNOG PROCESA - ODGOVORNA PROIZVODNJA

### PRILOG 1: Kviz o tekstilnoj industriji

1. Znaš li koje su industrije najštetnije za okoliš? Što misliš koje mjesto (po količini zagađenja) zauzima tekstilna industrija? (naftna, prehrambena, tekstilna..)
2. Pamuk je jedan od najzagađenijih materijala u tekstilnoj industriji. Točno Netočno
3. Proizvodnja umjetnih vlakana (poput poliester-a, najlona, sintetike) zahtijeva mnogo novca, a takva vlakna u manjoj mjeri onečišćuju okoliš. Točno Netočno
4. Koliko kilograma odjeće po stanovniku godišnje završi u komunalnom otpadu?
5. Što mislite koliko je tekstilnog otpada moguće reciklirati? (u postocima)
6. Najveći proizvođač i izvoznik odjeće u svijetu je SAD. Točno Netočno
7. Najveći proizvođač i izvoznik odjeće u Europskoj uniji je Italija. Točno Netočno
8. Industrija proizvodi 2,1 milijardu tona odjeće, a od toga je reciklirano oko 60%. Točno Netočno

### PRILOG 2: Imena proizvoda

- Svakoj grupi na formatu A4 dodijelite jedan proizvod i pitanja
1. grupa dobiva papir s riječi **BILJEŽNICA**
  2. grupa dobiva papirić s riječi **BICIKL**
  3. grupa dobiva papir s riječi **KREMA ZA RUKE**
  4. grupa dobiva papir s riječi **NOGOMETNA LOPTA**

**Pri osmišljavanju vodite računa o:**

1. Odabiru sirovine.
2. Koga biste zaposlili?
3. Na koji bi način tekla proizvodnja?
  - Tijekom razrade procesa mislite o održivom razvoju.

## DRUGA RADIONICA: POTAKNIMO KUPNU PROIZVODA - OSNOVE MARKETINGA ZA POČETNIKE

### PRILOG 1: Video s reklamama

- Ideje za osnovnu školu

Bilo kuda kiki svuda: <https://www.youtube.com/watch?v=SXVZjD5vlmc>

Zdravoljupci 2: [https://www.youtube.com/watch?v=EnXpkV\\_cTiU](https://www.youtube.com/watch?v=EnXpkV_cTiU)

Teta Violeta - dječje pelene: <https://www.youtube.com/watch?v=G-iCPJ3ecqo>

- Ideje za srednju školu

Sigurno na cesti: [https://www.youtube.com/watch?v=bE6px\\_CMhR0](https://www.youtube.com/watch?v=bE6px_CMhR0)

Poveži se s onima koje voliš: <https://www.youtube.com/watch?v=iLkcmDYvtiM>

Raffaello: <https://www.youtube.com/watch?v=yvtoDoyWcTU>

### PRILOG 2: Tekst o utjecaju reklama na kupnu proizvoda

Izvor: [www.djecamedija.org](http://www.djecamedija.org)

#### U Hrvatskoj je zabranjeno oglašavanje:

Alkohola i alkoholnih pića, duhana i duhanskih proizvoda, droge, pirotehničkih sredstava, oružja i streljiva, lijekova i medicinskih postupaka koji su dostupni jedino na liječnički recept. Zabranjeno je i oglašavanje u kojem se žene i muškarci prikazuju na uvredljiv ili ponižavajući način.

#### Oglasi ne smiju:

Diskriminirati, poticati ponašanje koje je štetno za tvoje zdravlje ili sigurnost ljudi te zaštitu okoliša, izravno poticati maloljetnike na kupnju ili unajmljivanje proizvoda ili usluge, iskorištavajući njihovo neiskustvo ili lakovjernost, izravno poticati maloljetnike na uvjeravanje roditelja ili drugih na kupnju robe ili usluga koje se reklamiraju, iskorištavati posebno povjerenje koje maloljetnici imaju u roditelje, nastavnike ili druge osobe, prikazivati maloljetnike u opasnim situacijama.

Često zbog reklama koje vidimo u medijima **kupujemo ono što nam zapravo uopće ne treba**.

Prisjetite se samo koliko ste puta vi kupili neki proizvod koji vam uopće nije trebao. Najveća moć reklama leži u njihovoj lakoj dostupnosti, privlačnosti i uvjerljivosti.

**Djeca i adolescenti imaju važnu ulogu u reklamnoj industriji.** Procjenjuje se da se samo u Sjedinjenim Američkim Državama godišnje potroši više od 30 milijardi dolara na oglašavanje koje je usmjereni prema djeci. Zašto su djeca toliko važna za oglašivače?

Prije svega, zato što su djeca i adolescenti veliki potrošači. Naime, mnogo današnje djece dobiva džeparac i radi novca kojim sami raspolažu trgovcima su itekako važni. Djeca imaju veliki utjecaj na roditelje i njihove odluke o kupovini određenih proizvoda.

**Oглаšivači pokušavaju već od ranog djetinjstva stvoriti vjerne klijente i potrošače** koji će jednog dana i sami zarađivati. Ako pridobiju njihovo povjerenje u djetinjstvu, oglašivači se nadaju da će ga zadržati i kasnije kada će im oni kao potrošači itekako biti od koristi.

**Djeca do osme godine teško razlikuju reklame od ostalih sadržaja u medijima.** Tome osobito pridonosi prisutnost popularnih televizijskih osoba i likova iz crtanih filmova zbog kojih oni najmlađi teško shvaćaju da je zapravo riječ o reklamama.

**Povjerenje u reklame** - Mlađa djeca puno više vjeruju reklamama od starije djece. Naime, mlađa djeca vrlo često ne shvaćaju da sadržaji koji vide na televiziji nisu stvarni, već su izmišljeni. Mnogo mlađe djece ne shvaća da je **glavni cilj reklama prodati neki proizvod ili uslugu, a i u odnosu na stariju djecu oni imaju puno manje iskustva u kupnji proizvoda.** Sjetite se samo koliko ste se puta vi razočarali nakon što ste kupili određeni proizvod i shvatili da on ipak nije toliko dobar kao što je djelovao na reklami.

**Znate li da...** će prosječno dijete do kraja srednje škole vidjeti oko 360 000 reklama? Polovica svih reklama namijenjenih djeci **oglašava prehrambene proizvode, osobito nezdravu hranu.**

### **Dobre strane reklama**

1. Informiraju o nekom proizvodu, cijenama ili akcijama.
2. Šalju poruku koja korisnicima može biti vrlo korisna.
3. Potiču međuljudsku suradnju i toleranciju.
4. Mogu biti zabavne i smiješne.

### **Loše strane reklama**

1. Reklame mogu prikazivati loše i štetne proizvode.
2. Reklame mogu lažno predstaviti proizvod.
3. Reklame mogu zapostaviti kulturne, moralne i obiteljske vrijednosti.
4. Reklame mogu ponižavati i diskriminirati.
5. Reklame mogu manipulirati.

6. Reklame mogu stvoriti lažne potrebe.

#### JESTE LI ZNALI

- Jeste li znali da oglase osmišljavaju posebne kreativne agencije koje često angažiraju veliki broj ljudi za izradu reklama?
- Jeste li znali da su reklame jedna od prvih stvari koje mala djeca zapamte iz medija?
- Jeste li znali da postoje posebni programi koji blokiraju oglase dok surfate na internetu?
- Jeste li znali da postoje posebne kompanije koje prikupljaju informacije o tome kako surfate i onda primate prilagođene reklame putem društvenih medija i na internetu?
- Jeste li znali da se većina novina i do 70% financira od oglasa?
- Jeste li primijetili da se u većini oglasa koriste imperativi: **kupi, uzmi, pronađi, pokreni se?**
- Jeste ikada pokušali gledati oglase bez zvuka? ☺
- Jeste li primijetili oglase i u videoigrama?

#### PRILOG 3: Opis kupaca

1. Stara baka koja nema puno novaca i ne voli slatko.
2. Dječak koji ne voli logo kocke već samo video igre.
3. Mama i tata koji jako vole skupe stvari koje ne čuvaju prirodu.
4. Učiteljica koja voli kupovati samo knjige i pribor za školu.

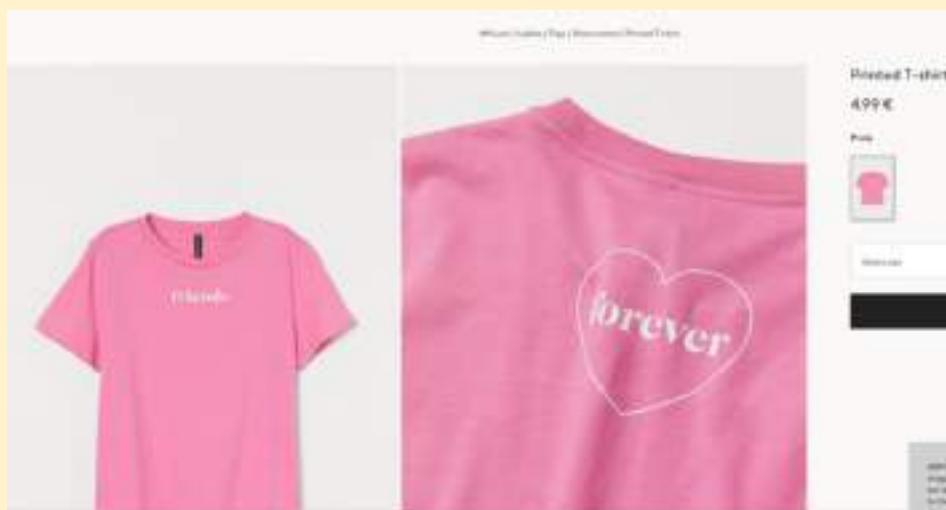
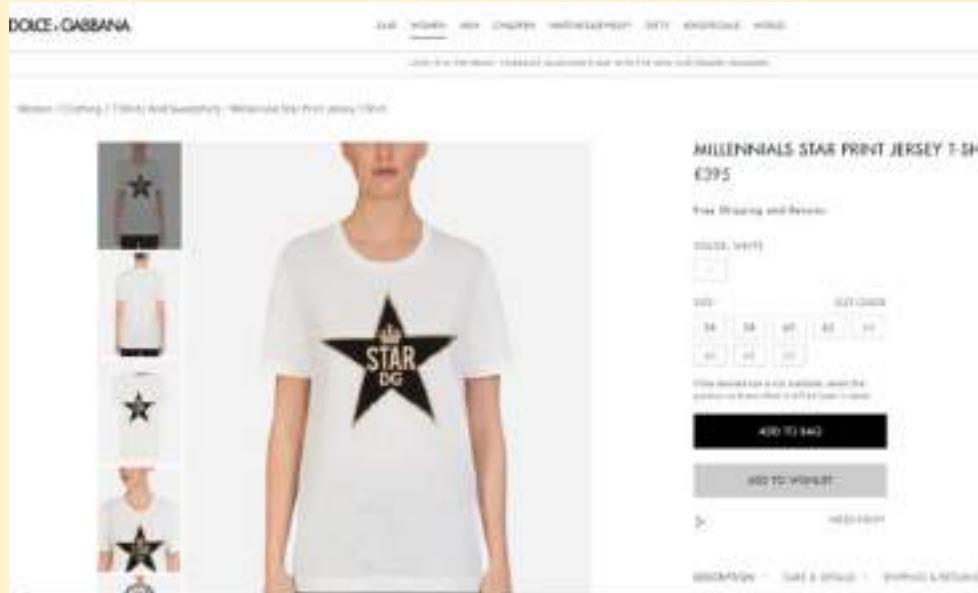


## TREĆA RADIONICA „VRIJEDNOST I CIJENA PROIZVODA - OSNOVE FINANCIJA“

### PRILOG 1: Račun iz dućana

Lidl Hrvatska d.o.o. k.d. Velika Gorica, Ulica kneza Ljudevit Posavskog 53 OIB: 66069976402 , PJ: 0196 Nová cesta 7, Zagreb			
Nbr. Naziv			kn
Banana			11,38 B
1,162 kg x	9,79 kn/kg		
Karanča			6,24 B
1,406 kg x	4,44 kn/kg		
1 2 majica 0319038			49,99 C
1 Z pidižana 0326093			59,99 C
1 Sred.za WC Ocean			9,89 C
Kukuruz u zrnu	4,99 x	2	9,98 C
1 Spužvasta krpă			9,89 C
1 Žob.pahulj. mješane			3,99 C
Mascarpone	11,49 x	2	22,98 C
1 Puding čokolada			1,99 C
Puding od vanilije	1,99 x	2	3,98 C
1 Vrhnje za šlag 30%			16,99 C
1 Pecivo žemlja			0,99 A
1 Kukuružni flips			2,99 C
za platiti			211,27
Kartica			211,27
PDV%	Osnovica	PDV	Ukupno
A 5,0 %	0,94	0,05	0,99
B 13,0 %	15,59	2,03	17,62
C 25,0 %	154,13	38,53	192,66
Ukupno	170,66	40,61	211,27
Poslužio(ta) Blagajnik 13			
JIR: d36f1162-6630-414e-9b04-3685a48ab9b1			
ZKI: 005260a39845c0173042bf12819a5bd2			

## PRILOG 2: Slike majica



### Pitanja za diskusiju u grupi:

1. Zašto je takva razlika, navedite razloge?
2. Što nam je sve potrebno za proizvodnju jedne, a što za proizvodnju druge majice?
3. Kako možemo jeftinije proizvoditi i što to znači za društvo?

## ČETVRTA RADIONICA „BONTON U POSLOVNOJ KOMUNIKACIJI“

### PRILOG 1: Slike kvalitetne i ne kvalitetne komunikacije





## PRILOG 2: Primjeri za rad u grupi

### GRUPA 1.

U vašem timu od 10 članova imate zaposlenike koji odlično odrađuju svoje radne zadatke, trudeći se dati svoj maksimum. Vi kao rukovoditelj nastojite svakom od njih dati povratnu informaciju o njihovom radnom učinku. Unatoč tome što ste Marka nekoliko puta upozorili da u posljednje vrijeme puno grijesi i ne odrađuje svoje radne zadatke te ste mu jasno izdefinirali što očekujete od njega u narednom razdoblju od 3 mjeseca i koje će biti posljedice ukoliko ih ne postigne, Marko i dalje nastavlja raditi po svom, odnosno ne radi ništa. Prošla su 3 mjeseca i vaš zadatak je porazgovarati s Markom o njegovom radnom učinku kao i otkriti uzrok istog.

Opis Marka: Marko je dobra duša vašeg tima. Svi ga vole i spremni su mu uvijek pomoći. Njegov radni učinak je bio do sada prosječan, ali se nije vidjela visoka motivacija za rad niti entuzijazam. Uvijek voli čavrljati s kolegama i često koristi krilaticu. „Ma što se brinete, sve ćemo stići.“

## **GRUPA 2.**

Prije nekoliko dana šef mi je dodijelio zadatak da napišem radionicu o nenasilnoj komunikaciji sa Kolegom 1. Međutim, Kolega 1 me je počeo izbjegavati. Ne pozdravlja me ujutro, samo šuti. Jučer je čak, kada sam ga zapitao hoćemo li početi s poslom, okrenuo glavu, nešto promrmljao i izašao iz zbornice. Ne znam što mu je. Ne bih se htio žaliti ravnatelju ili pedagogu, ali ne znam što da radim. Činjenica je da bih više volio radionicu napisati s kolegom Goranom s njim je lakše raditi.

Dodatne informacije: Radionica je dio EU projekta i s njezinom provedbom se ne smije kasniti, jer se na provedbu iste nadovezuju druge aktivnosti u akcijskom planu projekta. U posljednje se vrijeme nekoliko osoba također požalilo na Kolegu 2. on je inače poznat po tome da uvijek otvoreno kaže sve što misli i onda to okreće na šalu. Kolega 1. je puno senzibilniji i samozatajan. Više preferira samostalan nego timski rad. Upravo iz tog razloga oni predstavljaju dobar tim. Osim navedenog, oba učitelja rade sa specifičnom skupinom učenika, jedan s onima koji imaju poremećaj u ponašanju, a drugi s darovitim.

## **GRUPA 3.**

Rukovodite timom koji ima 8 članova. Za svakog od njih možete reći da je osebujan ali unatoč tome pojedinačno dobro izvršavaju svoje zadatke. Trenutno radite na važnom projektu za državu i imate dojam da u timu sve dobro funkcioniра. U ponедjeljak ujutro ste se uputili do ureda Petre i Maje kako biste provjerili koji im je plan rada za ovaj tjedan. Na vaše iznenadenje, već prije ulaska u ured čujete vikanje, psovanje i vrijeđanje. Kada ste otvorili vrata, vidjeli ste da Maja baca Petri papire na stol i govori kako je nesposobna i glupa.

## **GRUPA 4.**

Već godinama živim u jednom malom selu. Radim u gradskoj školi u kojoj je većina učenika i nastavnika iz istog grada. Aktiv nastavnika mi je dodijelio zadatak da napišem radioniku o nenasilnoj komunikaciji s Kolegom 2, koji je prije nekoliko dana pri opuštenom razgovoru u zbornici izjavio da su ljudi sa sela loši nastavnici. Znam da to nije bilo upućeno meni, ali ipak to je diskriminacija! Izbjegavam ga, ne mogu raditi s njim. Usprkos tome što je sklon nepromišljenim izjavama, mislim da je jednostavan i dobroćudan čovjek. Trebalo bi početi sa radom na radionicama, ali... ne mogu s njime! Ako nešto ne volim onda je to podcjenjivanje od strane drugih.

### **PRILOG 3. Poslovno komuniciranje u različitim kulturama**

Tijekom poslovne komunikacije u Zapadnim kulturama sasvim je normalno gledanje druge osobe u oči, a izbjegavanje pogleda često se tumači kao nepovjerenje i nezainteresiranost, dok se na području Afrike gledanje u oči osobe višeg ranga smatra nepoštivanjem. U Indiji se kontakt očima izbjegava između osoba različite socioekonomске moći, dok se u Egiptu izbjegava kontakt očima između muškaraca i žena.

Za arapske je zemlje karakterističan glasan govor koji se povezuje sa snagom, dok se u Japanu preferira tiši ton i mekana komunikacija.

Pravila dodirivanja tijekom komunikacije također su različita u različitim dijelovima svijeta. Tako je u Sjedinjenim Američkim Državama dopušteno osobama na višim hijerarhijskim pozicijama tijekom razgovora dodirnuti osobu na nižim pozicijama, no obrnuto nikako nije dopušteno. U zemljama jugoistočne Azije dodir se kod pozdravljanja u potpunosti izbjegava. Isto tako, geste rukama, položaj tijela tijekom poslovnih sastanaka te korištenje poslovnog engleskog jezika igraju presudnu ulogu u zaključivanju poslovnih dogovora.

# KORISNI MATERIJALI ZA NASTAVNIKE - LINKOVI

## LINKOVI ZA RAD S UČENICIMA:

### Interaktivne aplikacije:

- <http://www.footprint.wwf.org.uk>
- [www.slaveryfootprint.org](http://www.slaveryfootprint.org)
- [www.sdgssinaction.com](http://www.sdgssinaction.com)
- <http://www.sustainabilityaware.com>

**Video:** Kako možemo učiniti mjesto boljim

<https://www.youtube.com/watch?v=o08ykAqLOxk&feature=youtu.be>

**Video:** Moć poduzetništva

<https://www.youtube.com/watch?v=mEogoeHaj3A&feature=share&fbclid=IwAR20bkfiiYVARZaQWkV-IDkgMWebRYXxZXJOodcnKug2efAA2mGugEe9q8c>

**Video:** kako razvijati ideje: <https://www.youtube.com/watch?v=cIsA1s9SwEU>

Ako na Google ili YouTube napišete Earth Timelaps, možete pronaći zanimljive sadržaje za rad s djecom.

## LINKOVI ZA FILMOVE:

**Video:** Is Fashion Destroying the Planet? - Ethical Fashion Documentary -

<https://youtu.be/YfoENTF8Lh0>

**Video:** 25 Accidental Inventions That Changed The World- <https://youtu.be/JL9URxA6r4>

**Video:** 22 Inventions That Are Saving The Earth | The Ultimate List - <https://youtu.be/2HubIBInvko>

**Video:** Pad velikih carstava od Rima do Amerike - skrivena tajna o novcu -

<https://www.youtube.com/watch?v=OuOcnGAvg4oo>

**Video:** Bijela laž - <https://www.youtube.com/watch?v=P6sTFIbWMFY>

**Video:** EKO SUTRA - <https://www.youtube.com/watch?v=jBb2kkSmBGQ>

**Video:** Greta Thunberg -

[https://www.ted.com/talks/greta\\_thunberg\\_the\\_disarming\\_case\\_to\\_act\\_right\\_now\\_on\\_climate?language=hr](https://www.ted.com/talks/greta_thunberg_the_disarming_case_to_act_right_now_on_climate?language=hr)



***Centar za edukaciju i savjetovanje Suncce***

*Albaharijeva 2*

*10 000 Zagreb*

*092/1710-140; 01/3837-873*

*Web stranica: [www.ti-si-sunce.hr](http://www.ti-si-sunce.hr)*

*E-mail: [info@ti-si-sunce.hr](mailto:info@ti-si-sunce.hr)*

*Facebook: [www.facebook.com/CentarSunce](https://www.facebook.com/CentarSunce)*

