

Vzdělávací obor:

**Výchova k občanství**

Očekávaný výsledek učení:

CAS-VKO-003-ZV9-015

**Vysvětlí tvorbu cen v tržním hospodářství z pohledu kupujícího a prodávajícího.**

Popis úrovně NA CESTĚ

- Na příkladu vysvětlí rozdíly mezi tím, čeho chtějí na trhu dosáhnout prodávající a kupující.
- Na konkrétních příkladech diskutuje o tom, jak poptávka, nabídka a konkurence ovlivňuje tvorbu ceny.

## Charitativní e-shopy

autorka materiálu: Mgr. Vanda Vaníčková, Ph.D.

### Krátký textový popis (anotace)

Projevovat respekt druhým a pomáhat jim je nejlepší konkrétními činy a skutky. Ilustrace přibližuje jednu z možností pomoci, která je reálná i pro žáky – nákup zboží z charitativních e-shopů. Ilustrace se tomuto typu obchodů věnuje z hlediska cen a prodejní strategie. Umožňuje si uvědomit socioekonomickou rozmanitost a fakt, že nakupování může souviset i se solidaritou a mít etický rozměr.

### Zadání pro žáky

1. Zamysli se, co tě napadne, když se řekne *charitativní prodej*. Znáš nějakou konkrétní organizaci nebo společnost, která prodává charitativní výrobky, případně provozuje charitativní e-shop?
2. I u charitativního prodeje je třeba výrobek nějak nacenit.
  - Co myslíš, že **ovlivňuje stanovení ceny charitativních produktů**?
  - Čeho chce podle tebe **dosáhnout prodávající a čeho kupující** v charitativním obchodě?
3. Vyber si konkrétní e-shop, který nabízí charitativní prodej (výrobky, služby), a vyhledej informace do následující tabulky:

Název obchodu (webové stránky):	
Jaké oblasti se dobročinná finanční podpora týká? Komu je určena?	
Co si můžeš například koupit?	
Kolik % z ceny výrobků jde na dobročinné účely?	

4. Další otázky k zamyšlení:
  - Jak na tebe jako zákazníka působí popsané nakládání s penězi od kupujících?
  - Máš dojem, že je hlavním záměrem daného e-shopu pomoci dobré věci? Podle čeho tak soudíš?

### Vazba na klíčové kompetence

Název KK Složka KK Kód OVU	Znění OVU	Vzdělávací strategie
KK osobnostní a personální Empatie a porozumění druhým KOS-EMP-000-ZV9-001	<i>Vyrovňuje se s odlišnostmi s respektem k druhým lidem.</i>	- ve výuce v rámci různých témat věnuji pozornost otázkám etiky a mezilidských vztahů a provázím žáky diskusí o situacích, které vyžadují empatii a respekt - představím žákům příběhy, které zdůrazňují důležitost respektu k odlišnostem

## Metodický komentář pro učitele

1. Aktivita začíná brainstormingem, žáci jsou vyzýváni, aby jednotlivé nápady zapisovali na tabuli. Poté si o nich povídejte, zjistěte, zda žáci (například s rodiči) v charitativním e-shopu již nakupovali apod.
2. Můžete přidat konkrétní příklady charitativních e-shopů dle svých preferencí nebo zkušeností, případně zvolit tradiční příklady jako *Konto Bariéry*, *Pomozte dětem*, *Člověk v tísni* nebo *Charita Česká republika*.
3. Směřujte téma charitativního prodeje od prosociální roviny k ekonomickému pohledu (co ovlivňuje cenu nabízeného produktu, zda se liší motivace prodávajícího a kupujícího oproti „běžnému“ obchodu, kde je etická hranice mezi charitou a prodejem, ...).
4. Pojmenujte společně s žáky faktory, které podle nich mají vliv na konečnou cenu výrobku v charitativním obchodě.
5. Výběr e-shopu k samostatné práci žáků lze nechat na nich, případně zadání omezte na předem vybrané e-shopy (viz příklady výše).
6. Společně si poté představte jednotlivé strategie, jak prodávající popisují nakládání se získanými penězi (kolik % je věnováno na dobročinné účely, zda se jedná o částku z celkové ceny výrobku/služby nebo pouze z výtěžku apod.). Hovořte i o etické stránce dílčích strategií (např. *Je etické zvýšit cenu produktu dvojnásobně a 50 % z ní dávat na dobročinné účely?*).
7. Motivujte žáky, aby si při případném nákupu v obchodě s charitativními produkty byli vědomi, kolik peněz jde reálně na dobročinné účely a konkrétní pomoc.
8. Otevřete společně i otázku, zda je ze sociálního hlediska rozdíl, jestli podpoříme charitativní sbírku, nebo nakoupíme v e-shopu. A z pohledu ekonomiky a obchodu?

Úkol je komplexního charakteru a propojuje témata, u nichž nemusí být pro žáky souvislost na první pohled patrná. Je však důležité, aby byli žáci seznámeni s tím, že i dobročinné obchody pracují s ekonomickými pojmy a pravidly.

V neposlední řadě je dobré, aby žáci znali tuto možnost aktivní pomoci druhým a reakce na potřeby určité skupiny lidí.

## Popis ověřování

Žák dosáhne této fáze zamyšlením se nad tématem v obecné rovině (úvodní brainstorming, doplňující otázky a vlastní práce s konkrétním e-shopem), podrobněji pak uvědomění si rozdílu prosociální a etický vs. ekonomický motiv u charitativně laděných nákupů. Analyzuje jak svůj postoj k různým situacím a problémům, tak i všeobecně chování zákazníků a provozovatelů dobročinných obchodů.