

Výchova k podnikavosti na základních školách

OBSAH

Výchova k podnikavosti na základních školách.....	1
PROGRAM JUNIOR ACHIEVEMENT PRO ZÁKLADNÍ ŠKOLY – ABECEDA PODNIKÁNÍ	1
PODNIKATELSKÉ KROUŽKY NA ZÁKLADNÍCH ŠKOLÁCH.....	3
PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE.....	4
Použitá literatura.....	32

PROGRAM JUNIOR ACHIEVEMENT PRO ZÁKLADNÍ ŠKOLY – ABECEDA PODNIKÁNÍ

Cílem tohoto kurzu Junior Achievement je seznámit žáky základních škol hravou formou se základními pojmy z oblasti podnikání prostřednictvím lekcí rozdělených tematicky do čtyř okruhů: Organizace, Management a volba povolání, Výroba, Marketing. Doporučená hodinová dotace kurzu Abeceda podnikání je minimálně 8 vyučovacích hodin.



Metodika Junior Achievement. Zdroj: <https://jaczech.org/>

KLÍČOVÉ AKTIVITY

Organizace:

Tématy jsou podnikání, kolo podnikání. Žáci skupinově plánují konkrétní podnikatelskou činnost, diskutují o rozhodnutích, která musí podnikatel před začátkem podnikání učinit, hovoří o nákladech na podnikání, o podnětech, které lidi vedou k podnikatelské činnosti, seznamují se s pojmy jako kapitál a společnost.

Management:

Tématy jsou management a manažerská rozhodnutí, výběr zaměstnanců. Žáci hovoří o tom, kdo jsou manažeři a o nejdůležitějších manažerských rozhodnutích, o přijímacím pohovoru - vyplňují žádost o zaměstnání, diskutují o své budoucí kariéře.

Výroba:

Tématy jsou kusová a hromadná výroba, výroba a produktivita. Žáci zjišťují výhody hromadné výroby prostřednictvím montáže propisek ve skupinkách, výsledky své práce porovnávají a zjišťují tak produktivitu práce. Ekologické propisky, které pro tuto aktivitu poskytuje školám Junior Achievement, si žáci po dokončení montáže ponechávají.

Marketing:

Tématy jsou stanovení ceny, reklama. Žáci se učí o základních reklamních strategiích, které si procvičí prostřednictvím vytvoření reklamy na určitý výrobek včetně následného fiktivního prodeje.

Materiály pro tento kurz jsou Průvodce kurzem pro učitele a Obchodní žurnály. Žurnály jsou určeny dětem a slouží jako cvičebnice. Prostřednictvím scének, článků, obrázků, grafů a vzorových formulářů napomáhají k pochopení vyložené látky. Dále jsou zde plakáty k jednotlivým tématům a certifikáty. Každý žák obdrží po ukončení kurzu certifikát o jeho absolvování. Dále jsou zde jmenovky, ekologické propisky, karty s popisem podnikatelské činnosti.

Podrobnější informace k filozofii Junior Achievement v ČR jsou také dostupné na adrese www.jacr.cz.

PODNIKATELSKÉ KROUŽKY NA ZÁKLADNÍCH ŠKOLÁCH

Podnikatelské kroužky na základních školách mohou být součástí neformálních aktivit, které škola realizuje. Vhodným ročníkem pro rozvoj podnikatelských dovedností žáků je 6. – 7. třída.

Realizací kroužků na školách dochází k inovaci výchovně-vzdělávacích metod v podobě zavedení projektové výuky pro oblast podnikatelských dovedností.

V rámci realizace kroužků si žáci procvičí mimo jiné i tyto dovednosti:

- a) rozvoj komunikačních kompetencí (nepřipravený mluvený projev)
 - b) rozvoj prezentačních dovedností
 - c) rozvoj schopnosti řešit problémy
 - d) rozvoj schopnosti činit rozhodnutí
 - e) rozvoj schopnosti plánovat
 - f) obchodní dovednosti
 - g) marketingové činnosti
 - h) finanční gramotnost
 - i) organizace času – časový management
 - j) rozvoj kreativních dovedností
 - k) rozvoj zručnosti
 - l) rozvoj asertivních schopností
 - m) řešení konfliktů
 - n) rozvoj týmové spolupráce
- kriticky myslet, vnímat problémy v okolí, nacházet inovativní podnikatelská řešení, aplikovat získané znalosti a dovednosti mezipředmětově
 - rozvoj podnikatelského myšlení
 - rozvoj společenské zodpovědnosti
 - rozvoj vnímání trvalé udržitelnosti

V rámci aktivit v podnikatelských kroužcích dochází rovněž k rozvoji mezipředmětových vztahů, zejména v těchto předmětech:

Český jazyk, matematika, ICT, zeměpis, občanská výchova, etická výchova, mediální výchova

PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE

V následující části je podán přehled podnikatelských kroužků a aktivit na podporu podnikavosti žáků na základních školách, které vznikly v rámci různých (zejména evropských) projektů realizovaných v posledních letech v České republice.

Projekt Rozvoj podnikatelských dovedností žáků (ROPODOV)

Prvním z nich je realizace podnikatelských kroužků na základních školách v Olomouckém kraji v rámci realizace ESF projektu *Rozvoj podnikatelských dovedností žáků* (ROPODOV), CZ.1.07/1.1.25/03.011, jehož řešitelem byla Univerzita Palackého v Olomouci a který byl realizován v průběhu roku 2014.

Jednalo se o pilotní projekt, v rámci kterého se jednotlivé školy teprve seznamovaly s problematikou výchovy k podnikavosti a se samotným tématem podnikání. Byla zvolena forma mimoškolní zájmové činnosti – podnikatelských kroužků, která umožňuje jednak přirozenější zapojení jednotlivých žáků, jednak nejsou kladeny v těchto počátečních fázích, kdy se jednotlivé základní školy s touto tematikou teprve seznamují, tak velké nároky na dodržení požadovaných učebních výstupů, jako je tomu v případě školních vzdělávacích programů. Tento přístup se ukázal být jako velmi prozíravý, neboť žáci i učitelé byli nuceni obsáhnout celou řadu nových poznatků, ale zároveň zvládnout řadu nových dovedností, včetně vlastní výroby zvolených produktů. Jako problematický se v podmínkách řešení ESF projektu ukázal zejména nastavený systém financování, neboť základní školy nebyly do projektu zapojeny jako partneři s finanční účastí, tudíž veškerá správa financí musela být realizována zdlouhavě přes řešitele projektu – Univerzitu Palackého, která má nastavena specifická pravidla pro objednávkový systém, jenž je v řadě konkrétního zboží nastaven na principu hromadných objednávek za univerzitu jako celek. Také nastavení samotných pravidel financování ESF projektu značně limitovalo rychlost dodávání materiálu pro kroužky, neboť nebylo možno nakupovat za hotové peníze, ale pouze fakturačně, a zároveň také docházelo ke zpoždění předávání finančních prostředků ze strany dotačního orgánu. Nedořešena je v rámci projektové dotační politiky také problematika nakládání s finančními prostředky, které by žáci získali z podnikatelské činnosti. S ohledem na možné komplikace v této oblasti jsme zvolili formu vydání fiktivních peněz, tzv. inovačních korun, se kterými školy nakládaly v rámci prodej výrobků na předvánočních akcích, které byly na daných školách pořádány.

Přes uvedené obtíže se školy svého zadání zhostily velice dobře, a ačkoliv měly na realizaci podnikatelského záměru vymezen velmi omezený čas, neboť celý projekt byl realizován pouze po dobu 9 měsíců roku 2014, úspěšně zvládly všechny naplánované fáze a v rámci předvánočních trhů na svých školách zrealizovaly prodej vyrobených produktů.

Na každé škole pracoval v kroužku učitel dané školy, který buď sám kroužek vedl, nebo v něm vykonával pedagogický dozor. V každém kroužku zároveň pracoval mentor zkušený pedagog s dlouholetou praxí, který vedl řadu studentských minipodniků na středních školách a zároveň pracoval jako lektor společnosti Junior Achievement. V rámci realizace kroužků navštívili školy

také zkušenosti podnikatelé z Olomouckého kraje, kteří předávali žákům své zkušenosti a pomáhali jim projít jednotlivými fázemi podnikatelského záměru.

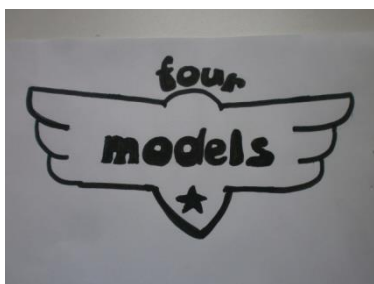
Na závěr projektu školy zpracovávaly zprávu o činnosti svého kroužku, níže jsou prezentovány zprávy vybraných základních škol:

ZÁKLADNÍ ŠKOLA, OLOMOUCKÁ 116, HLUBOČKY

1 Základní informace o sdružení

Název organizace:	Crazy Jobs
Adresa organizace:	Olomoucká 116, 78361 Hlubočky
Právní forma organizace:	kroužek – rozdělený na 4 minikroužky
Sídlo organizace:	projektová učebna, Olomoucká 116, 78361 Hlubočky
Personální zajištění organizace:	Generální ředitel: Jindřich Potůček Výrobní ředitel: Jakub Preč Marketingový ředitel: Nikol Ditmarová Ředitel Four Models: Jindřich Potůček Ředitel Nimiter: Nikol Ditmarová Ředitel Cookies: Robin Mihulka Ředitel Géčka: Daniel Šaich

Loga minikroužků:





2 Vize, poslání a cíle kroužku

Náš kroužek vznikl v rámci spolupráce naší školy s UP Olomouc dne 24. září 2014. Vznik kroužku předcházela beseda s paní Bartoníčkovou z UPOLU ve středu 17. 9., která žákům objasnila, čím se budou v kroužku zabývat. Se souhlasem rodičů se přihlásilo 15 žáků 6. a 7. třídy. Většina z vlastního zájmu, někteří na podnět rodičů. Na ustavující schůzce byla přítomná paní Ilona Holánová, která je naším mentorem. Pod jejím odborným vedením si žáci ujasnili, co je to podnikání a v čem by chtěli v rámci kroužku podnikat. Dohodli jsme se na společném názvu **Crazy jobs**. Generálním ředitelem byl zvolen Jindra Potůček.

Celý kroužek jsme rozdělili podle druhu činnosti na **4 minikroužky**:

Four Models – výroba a prodej balsových letadýlek

Ředitel: Jindřich Potůček

Členové: Jakub Preč, Tomáš Bodínek, Albert Vychodil

Nimiter – výroba a prodej šperků z korálových perliček

Ředitel: Nikola Ditmarová

Členové: Michaela Matulová, Tereza Boyková

Cookies – výroba a prodej perníčků

Ředitel: Robin Mihulka

Členové: Tereza Sklenářová, Amálie Zdražilová, Miroslav Navrátil

Géčka – výroba a prodej výrobků z gumiček a mýdel

Ředitel: Daniel Šaich

Zástupce: Jan Máron

Členové: Karel Přichystal, Pavel Kořínek

Místo společného loga jsme zvolili loga pro minikroužky. Diskutovali jsme o potřebném zajištění výroby, propagace i prodeji. Úkol je vyrobit dostatečný počet výrobků a prodat je na „Školní předvánoční kavárně“ 11. prosince 2014.

3 Vyhodnocení finančního plánu

Přímé vklady (materiál na výrobky) činily asi 7 000 Kč. Protože jsme materiál neplatili a nemáme všechny kopie faktur (u dovezeného zboží vždy nebyly), činím pouze odhad. Dle správného podnikatelského záměru měl zisk z prodeje výrobků pokrýt vstupní náklady a nákup materiálu pro další možnou výrobu. Při závěrečném hodnocení jsme konstatovali, že vzhledem k pozdním dodávkám objednávek nám asi třetina materiálu zůstala ve skladu.

4 Vyhodnocení marketingového plánu

Zájem o naše výrobky jsme zjišťovali na Dni otevřených dveří, který byl 13. listopadu. Žáci prezentovali své výrobky pomocí nabídkových listů a přijímali objednávky. Největší zájem byl o letadýlka, prodalo by se více, než stačili vyrobit, také všechna vyrobená bižuterie a perníky se prodaly. Nejmenší zájem byl o výrobky z gumíček a také zůstalo pár mýdel.

Objednávky ze Dne otevřených dveří

Letadýlka	22 ks
Bižuterie	20 ks
Perníky	20 ks (sáčky nebo figurky)
Mýdla	15 ks
Náramky	4 ks

K závěrečnému hodnocení ještě patří jedna poznámka. Žáci sice prodávali své výrobky, ale za prodej obdrželi tzv. inovační korunu. Byly to fiktivní peníze, které nahrazovaly peníze skutečné.

5 Vyhodnocení výrobního plánu

Název výrobku	Objednávka (ks)	Vyrobena (ks)	Prodáno (ks)	Sklad (ks)
letadýlko	22	30	30	0
bižuterie	20	42	42	0
perníky	20	41	41	0
mýdla	15	25	21	4
náramky	4	27	14	13

Ve skladu zůstal ještě materiál na výrobu bižuterie a nezpracované gumíčky.

6 Rentabilita

Nebo také výnosnost znamená schopnost dosahovat výnosu (zisku apod.) na základě vložených prostředků. Ukazatel výnosnosti nebo efektivnosti hospodaření se vypočte jako poměr výnosu (zisku) k vynaloženým prostředkům (investice a náklady) a vyjadřuje obvykle v procentech. Je to jeden ze základních ekonomických pojmů a jedno z hlavních kritérií hospodářského podnikání. Rentabilita vyjadřuje, kolik korun zisku připadá na jednu korunu vlastního kapitálu.

Pokud rentabilitu vypočítáme následovně:

$$\text{rentabilita} = \frac{\text{tržba} - \text{náklady}}{\text{náklady}} \times 100$$

nemůžu ji spočítat, protože neznám náklady! Tržba byla 4290,-

7 Prodej produktů v grafech

Silné stránky - S	Slabé stránky - W
S1 - nízká cena S2 - pestrost, originalita S3 - ruční práce S4 - nadšení	W1 - ostýchavost W2 - nezkušenost
Příležitosti - O	Hrozby - T
O1 – předvánoční jarmark	T1 - nezajímavý (špatně zvolený) výrobek T2 - přesycený trh

Silné stránky:

Nabídli jsme zajímavé zboží za výhodnou cenu. Zejména letadla zaujala svou originalitou a perníky nízkou cenou. Také bižuterie přilákala zájemce. Žáci taky dobře svou činnost propagovali mezi spolužáky i známými.

Příležitosti:

Zavedení podnikatelského kroužku bylo první příležitostí pro žáky, jak ekonomicky využít šikovnosti svých rukou. Využili jsme také předvánoční doby a nabídli jsme zajímavé dárky.

Slabé stránky:

Mezi slabé stránky našeho podnikání řadím nedostatek času, hlavně na výrobu složitějších výrobků z gumiček, a také nezkušenost s výrobou i prodejem.

Hrozby:

Hrozby vidíme v přesycení trhu a ve špatně zvoleném výrobku. Je důležité sledovat poptávku a požadavky kupujících, módní trendy, materiály, roční dobu.

8 Zhodnocení činnosti

Činnost kroužku byla ke konci značně stresující. Posledních 14 dní se žáci scházeli každou volnou chvíli, aby dokončili včas výrobu a nachystali prodejní stánky. Přesto jsou nadšeni z úspěchu při prodeji a někteří by rádi podnikali dál. Většina by takový kroužek zase navštěvovala, ale jen jedenkrát týdně a bez časového tlaku.

9 Hodnotící zpráva učitele kroužku

Žáci ve věku 12 – 13 let mají velice rádi rukodělné práce a s nadšením navštěvují kroužky, kde se něco vyrábí. Představa, že si budou moc vyrábět, co chtějí a materiál k tomu dostanou, byla velice lákavá. Problém byl v tom, že hodně aktivních dětí navštěvuje více kroužků a je těžké najít na nový kroužek volné odpoledne.

Problém podnikatelských kroužků vidím hlavně v odborném vedení. Sama nejsem obeznámena s pravidly podnikání a bez odborné pomoci naší mentorky paní Holánové bych se neobešla. Musím ji vyjádřit poděkování za její aktivní přístup a odborné vedení dětí.

Přínosem byla pro nás i návštěva pana podnikatele Milana Jindáčka. Připravil si pro děti zajímavou prezentaci o podnikání, kterou jim zpestřil různými aktivitami. Žáky zaujal a měli na něho spoustu dotazů, na které ochotně odpovídal. Při jeho druhé návštěvě dětem pomáhal se zajištěním reklamy a propagace výrobků, radil, jak vystupovat a také jak si zorganizovat výrobu.

Největší nedostatek byl v získávání materiálu. Objednávky přes univerzitu jsou velice zdouhavé. Díky špatné komunikaci jsme velkou část materiálu dostali pozdě. Pokud bychom neměli možnost si půjčit materiál na letadla v modelářském kroužku, polovina letadel by nebyla, protože balsa přišla až v den prodeje, gumičky týden před tím a trička s logem podniku, abychom byli jednotní, ještě vůbec nedošly.

Mgr. Hana Jedličková

10 Hodnotící zpráva mentora kroužku

Pro základní seznámení s problematikou podnikání byly použity zakoupené materiály pro školu od společnosti Junior Achievement – Abeceda podnikání. Součástí výše tohoto materiálu byly tipy a návody pro výuku formou přijatelného výkladu s použitím her a názorných příkladů, měly být žákům přiblíženy základy ekonomiky. Jednalo se o tyto kapitoly: Obchodní organizace, Management, Výroba, Marketing.

Do 7. třídy základní školy Hlubočky jsem dojížděla skoro každou středu. Používali materiál Abecedy podnikatele, vyplnili si jmenovky, na tabuli byly připnuty základní plakáty z Abecedy. Největší část byla věnována konkrétním návrhům na činnost formou diskuze, kterou se budou zabývat ve školním roce 2014. Po různých návrzích se žáci rozdělili na 3 skupiny, někteří

vyráběli bižuterii, náramky z gumiček, letadla a perníčky. V jakém rozsahu a obsahu bylo ponecháno na další činnosti, domluvě a kreativitě žáků pod vedením učitele.

Jednotlivé skupiny kroužku se zaměřily na propagaci – nástěnka a tvorbu rozpočtu a další činnosti spojené s tímto podnikatelským záměrem. Vzhledem k tomu, že ještě nebyl zajištěn materiál na výrobu, žáci byli seznámeni se základy marketingu, byla jim vysvětlena marketingová strategie, marketingový výzkum a příklady z praxe. Žáci zhotovili nástěnku s upoutávkami na své výrobky, zaměřili se na pozvánky na 11. 12. 2014 a realizaci prodejního stánku. Tento kroužek byl aktivní a je velká škoda, že neměli materiál. I když je teorie příliš nebavila, sami ukázali, co umí, jak se to vyrábí apod.

Žáci podle skupin písemně doplnili na tyto informace:

- Cíl podnikání – jednoduchý způsob popisu
- Pro koho je určen výrobek – klienti
- Název – kreativita a tvůrčí nápady
- Logo – jednoduché i složité
- Nabídkový list – naučili se pracovat s laminovačkou
- Návrh rozpočtu na jeden výrobek/celou výrobu/ - na základě příkladů na přímý a nepřímý materiál zjistili jednoduchý propočet ceny

Podnikatel pan Mgr. Milan Jindáček měl přednášku na téma rozpočet – náklady, výnosy, výsledek hospodaření. Měl perfektně nachystanou přednášku včetně teorie, používal pro zpestření hry, které žáky baví. Diskuze byla, zejména u žáků 7. třídy, na úrovni. **Od žáků zjistil, že několik z nich je v kroužku, protože si to rodiče přejí.** Další týden byli žáci uvolněni z výuky, aby na Den otevřených dveří navrhli stánky a dodělali prezentaci. Ze všech skupin byla nejlepší skupina vyrábějící letadla – bohužel jeden žák táhne všechny, ale je velmi šikovný jak na práci, tak i na prezentaci, skupina bižuterie byla velmi pracovitá a kreativní, skupina gumiček a perníčků – dostala jako poslední materiál, žáci se nudili a nebavilo je to. Všechny skupiny zvládly svůj stánek – lavice a na ní nabídkové listy, upoutávky, ceníky. Paní učitelka Hana Jedličková Den otevřených dveří vyfotila a o výrobky byl zájem. Podařilo se získat objednávky a na základě jednotlivých požadavků, žáci pracovali na výrobcích a plnili jednotlivé objednávky – letadla asi 20 ks, bižuterie asi 20 ks, mýdla asi 10 ks a perníkáři vytvářeli šablony. V této škole se podařilo skloubit podnikatelské minimum a tvůrčí manuální práce v kroužku. Myslím si, že takto asi by měl vypadat podnikatelský kroužek na základní škole.

Klady

- Pomocí přijatelného přístupu a vysvětlení jednotlivých podnikatelských pojmů, lze se žáky pracovat, musí se ale přizpůsobit Abeceda podnikání srozumitelněji.
- Podařila se marketingová činnost – pozvánky, upoutávky, nabídkové listy, tvorba ceny, obaly.
- Vstřícnost paní ředitelky k uvolňování žáků.
- Nácvik prezentace jednotlivých ředitelů skupin.
- Zpětná vazba pro lektora jak od paní učitelky, tak od žáků.

- Úprava výuky podle potřeby, i když nebyl dodán materiál, pracovalo se na marketingu a byla nachystána na prezentace.

Nedostatky

- Špatný přísun materiálu – ale nechtěli jsme z toho zájmové kroužky.

Ing. Ilona Holanová

ZÁKLADNÍ ŠKOLA LITOVEL, JUNGMANNOVA 655, LITOVEL

1 Základní informace o sdružení

Název organizace:	Snapina, s.r.o.
Adresa organizace:	ZŠ Litovel, Jungmannova 655, 784 01 Litovel
Právní forma organizace:	obchodní společnost
Sídlo organizace:	učebna INT 1, ZŠ Litovel, Jungmannova 655
Personální zajištění organizace:	Prezident: Magda Pinkavová Výrobní ředitel: Diana Uhlárová Finanční ředitel: Ondřej Rozman Personální ředitel: Radek Dubový Marketingový ředitel: Ondřej Šana

Logo sdružení:



2 Vize, poslání a cíle sdružení

Naše obchodní společnost potřebovala spojit zručnost chlapců a pečlivost dívek, kteří se rozhodli do naší společnosti vstoupit. Museli spolupracovat nejen chlapci a dívky, ale i mladší a starší žáci. Ve škole se šířilo založení naší firmy rychle a postupně jsme ještě přijímali nové členy. Nápadů byla celá řada, ale nakonec jsme zvolili výrobu vánočních dekorací. Chlapci pracovali na vyřezávání vánočních motivů ze dřeva a dívky vše doladily pečlivým dozdobením. Rozhodli jsme se využít dřevo, jako přírodní materiál, který nezatěžuje životní prostředí. Práce s ním je příjemná, je snadno opracovatelné a mezi lidmi se těší stále větší oblibě, což se nám na prodejní akci potvrdilo.

3 Vyhodnocení finančního plánu

Náklady na použitý materiál činily 540,60 Kč. Záměrem každé společnosti je pokrytí těchto nákladů plus potřebný zisk.

4 Vyhodnocení marketingového plánu

Prodané výrobky	stromček	15 ks
	hvězda	33 ks
	anděl	11 ks
	přáníčko	18 ks

Na skladě nemáme žádné zboží.

5 Vyhodnocení výrobního plánu

Název výrobku	Předpokládaný prodej (v ks)	Skutečný prodej (v ks)
hvězda	25	33
stromek	15	15
přáníčko	15	18
anděl	11	11

6 Rentabilita

Nebo také výnosnost znamená schopnost dosahovat výnosu na základě vložených prostředků. Ukazatel výnosnosti se vypočte jako poměr výnosu (zisku) k vynaloženým prostředkům (investice a náklady) a vyjadřuje se obvykle v procentech. Rentabilita vyjadřuje, kolik korun zisku připadá na jednu korunu vlastního kapitálu.

V našem případě jsme rentabilitu vypočítaly následovně:

$$\text{rentabilita} = \text{tržba} - \text{náklady} / \text{náklady} \times 100$$

$$\text{rentabilita} = 1447 - 540,60 / 540,60 \times 100 = 167 \%$$

7 Prodej produktů v grafech

Silné stránky - S	Slabé stránky - W
S1- atraktivnost	W1- nezkušenost
S2- ruční práce	W2- určení adekvátní ceny
S3- nadšení	
Příležitosti - O	Hrozby - T
O1- školní vánoční jarmark	T- konkurenční výrobky

Silné stránky:

Naše ručně vyráběné dekorace měly atraktivní vzhled. Žáci při prodeji vysvětlovali postup výroby, čímž si zákazníci získávali.

Příležitosti:

Vánoční jarmark je jednou ze školních akcí, kde se dá ukázat tvořivost a um žáků. Další podobnou akci si naše školní firma určitě nenechá ujít. Samozřejmě výrobky tematicky doladíme.

Slabé stránky:

Zpočátku se jevila cena dost vysoká, neboť ostatní školní výrobky měly ceny opravdu jen symbolické, ale nakonec se ukázalo, že ruční práce a nasazení žáků, zákazníci dokázali ocenit. Nezkušenost nám byla s úsměvem tolerována.

Hrozby:

Hrozbou pro nás může být kopírování našich výrobků a přebírání našich nápadů.

8 Zhodnocení činnosti

Naši školní firmu hodnotím jako úspěšnou, neboť žáci byli prací ve firmě nadšeni a jejich zájem nadále přetrvává.

9 Hodnotící zpráva učitele kroužku

Žáci byli v kroužku velmi spokojeni a všechna naše setkání provázela pohoda a chuť do práce. Naši firmu nejlépe vystihuje samotný její název SNAPINA, což je složenina tří slov: snaha, píle, nadšení. Nutná teorie byla pro žáky asi nezajímavá, ale vždy jsme to úspěšně zvládli, pomůckami a někdy i názorných scének. Nejvíce se samozřejmě těšili na samotnou výrobu, ale dodávka potřebného materiálu byla opravdu asi největší slabinou projektu. Materiál přicházel velmi pozdě. Na výrobu jsme měli pouze dvě setkání a dokonce jsme museli vložit i vlastní materiál. Žáci spolupracovali velmi dobře a někteří si svou funkci náležitě užívali.

Kontrolní návštěvy nás nijak neobtěžovaly. Naopak. Setkání s místním podnikatelem i s mentorem projektu žáky motivovalo a sami si vyzkoušeli, jak prezentovat naši firmu a jak předvést, co umí. Podnikatel i se zástupcem firmy nám pomohli i materiálně a velmi ochotně žákům předvedli, jak zacházet s náradím.

Kroužek jsem vedla sama. Dodané studijní materiály byly psány jednoduchou a srozumitelnou formou, takže práce s nimi byla bezproblémová. Žáci vše brali opravdu jen jako tvořivý kroužek a podnikatelské ambice se v nich zatím vzhledem k jejich nízkému věku neprobudily.

Projekt vzbudil obrovské nadšení a „SNAPÍCI“ se rozhodli dobrovolně investovat do výroby firemního trička. Rádi by v započaté činnosti i nadále pokračovali.

Mgr. Magda Pinkavová

10 Hodnotící zpráva mentora kroužku

Na ZŠ Jungmannova, Litovel pracovalo pod vedením paní učitelky Pinkavové 15 žáků. Předmětem činnosti bylo vyřezávání /za dozoru dalšího dospělého/ ze dřeva vánočních osob. Chlapci vyřezávali a dívky zdobily. Žáci si zvolili jednatele, který na základě doporučení lektora vytvořil nabídkový list a udělal návrh na cenu /pomocí rozpočtu/ výrobku.

Tuto školu jsem navštívila pouze jedenkrát a předem ohlášená. Byla jsem velmi překvapena propojeností výroby s Abecedou podnikání – přes projektor byla na tabuli promítána kapitola Výroba. Jak bylo ve výroční zprávě uvedeno, velmi tomuto podnikatelskému kroužku pomáhal pan podnikatel. Nicméně prezidentem společnosti by měl být žák, ne učitel.

Mezi žáky byl žák – jednatel, který okamžitě reagoval na marketing. Byl velmi pohotový, zejména ve tvorbě marketingových nástrojů (nová upoutávka, nabídkový list, ceník apod.). Všichni pracovali, nicméně se jednalo spíše o zájmový kroužek, ale náznak propojenost s podnikáním tam byl.

Souhlasím s připomínkami pí učitelky Pinkavové, a to:

1. Věkový limit žáků – zvážit, zde žáci byli velmi šikovní, zejména jednatel.

2. Krátká doba podnikání.
3. Špatná organizace materiálu pro výrobu.

Ing. Ilona Holánová

ZÁKLADNÍ ŠKOLA, ROŽŇAVSKÁ 21, OLOMOUC

1 Základní informace o sdružení

Název organizace: MINIKERAMIKA s.r.o.

Adresa organizace: Rožňavská 21, Olomouc, 779 00

Právní forma organizace: společnost s ručením omezeným

Sídlo organizace: Učebny keramiky, Rožňavská 21, Olomouc, 779 00

Personální zajištění organizace:

Ředitel firmy: Kateřina Gärtnerová

Zástupce ředitele: Ida Riedelová

Personální ředitel: Petr Kulháněk

Výkonný personál: Jiří Bažant

Patricie Červinková

Tereza Harenčáková

Morena Hauerová

Nikola Londinová

Vít Pávek

Filip Římský

Logo sdružení:



2 Vize, poslání a cíle sdružení

Jsme nově vzniklá společnost, se zaměřením na keramiku a keramické výrobky. V sortimentu máme různé druhy produktů většinou dekorativního charakteru ovšem často s praktickým využitím. Rádi bychom rozšířili povědomí o dekorativní keramice, která nemusí být pouze kýčovitou tvorbou, ale naopak decentním doplňkem v každé domácnosti. Také bychom rádi rozšířili povědomí i o možnostech tvorby vlastní keramiky. Každému návštěvníkovi naší firmy rádi umožníme, aby si zkusil vytvořit vlastní výrobek a to sám nebo s naší pomocí.

Rozjezd naší společnosti byl pomalý, ale s přibývajícími zkušenostmi jsme zlepšili naše výrobky i kvalitu práce a produkty, které jsme nabídli k prodeji, bylo to nejlepší, co jsme v naší firmě vytvořili. Své výrobky jsme se rozhodli představit na „Dni otevřených dveří“. Naše výrobky zaujaly mnoho vyučujících, rodičů i žáků, ale bohužel často zůstalo jen u zaujatých pohledů a obhlížení vystaveného zboží.

3 Vyhodnocení finančního plánu

Vklady do naší s.r.o. byly ve výši ceny materiálu, který byl potřebný na vytvoření první řady našich výrobků. Cena materiálu činila 2800 Kč.

Podle podnikatelského záměru naší společnosti by měl zisk z prodeje našich výrobků pokrýt tyto vstupní náklady a umožnit nakoupení dalšího materiálu.

Výnos z prodeje našich výrobků byl 2783 Kč.

Při porovnání nákladů a výnosů jsme zjistili, že po prvním prodejním dnu se nám téměř vrátily náklady na materiál a s každým dalším prodaným výrobkem se již dostaneme do zisku.

Naši finanční situaci ještě plánujeme vylepšit prodejem neprodaných výrobků na dalších akcích, které se v budoucnu uskuteční v prostorách naší školy.

4 Vyhodnocení marketingového plánu

Provedli jsme vyhodnocení našich zásob a zjistili jsme následující údaje:

Prodáno:

Vázička na suché kytky.....	8
Stojánek na ubrousky	1
Solníčka.....	3
Tácek.....	13
Čtvercová miska	7
Miska s rákosovým ouškem	13

Zůstalo:

Vázička na suché kytky.....	13
Stojánek na ubrousky	11
Solníčka.....	13
Tácek.....	15
Čtvercová miska	1
Miska s rákosovým ouškem	2

Vyrobeno:

Vázička na suché kytky.....	21
Stojánek na ubrousky	12
Solníčka.....	16
Tácek.....	28
Čtvercová miska	8
Miska s rákosovým ouškem	15

5 Vyhodnocení výrobního plánu

Název výrobku	Předpokládaný prodej (v ks)	Skutečný prodej (v ks)
Vázička na suché kytky	11	8
Stojánek na ubrousky	6	1
Solníčka	8	3
Tácek	14	15
Čtvercová miska	4	1
Miska s rákosovým ouškem	10	13

6 Rentabilita

Náklady: 2800 Kč

Tržby: 2783 Kč

Ztráta: 17 Kč

Rentabilita:

Po prvním prodejním dnu je naše firma v nepatrné finanční ztrátě, ale stále máme na skladě výrobky, které plánujeme prodat na další školní akci.

7 Prodej produktů v grafech

Silné stránky - S	Slabé stránky - W
S1 – ruční práce S2 – nadšení S3 – různost a originality výrobků S4 – týmová práce	W1 – nezkušenost W2 – ostýchavost W3 – neznalost trendů
Příležitosti - O	Hrozby - T
O1 – Den otevřených dveří O2 – advent, blížící se vánoce	T1 – nezáměr zákazníků T2 – špatná volba výrobků

Silné stránky:

Základem našeho snažení byla týmová práce všech členů firmy MINIKERAMIKA s.r.o. Naše firma předvedla celou řadu ručně vyráběných produktů. Velkým přínosem je originalita výrobků, protože ruční práce zajišťuje, že žádné dva výrobky nebudou úplně stejné. S ohledem na naši práci jsme se pokusili stanovit přiměřenou cenu každého výrobku.

Příležitosti:

K prodeji výrobků jsme využili „Dne otevřených dveří“, kdy kolem prodejního stánku firmy proudilo množství možných zákazníků. S blížící se závěrečnou hodinou jsme zkusili pro zvýšení prodeje zlevnit některé z našich výrobků. Neprodané výrobky budeme moci nabídnout na další akci, která se bude na naší škole konat (Školní akademie).

Slabé stránky:

Největší slabinou byla nezkušenost a ostýchavost při představování a nabídce našich výrobků jednotlivým zájemcům. Za zmínku také stojí nutná znalost trendů, a tím i následná úprava naší nabídky.

Hrozby:

Největší hrozbou je nezájem kupujících. Mnoho zákazníků si naše výrobky pouze prohlédlo a pak odešlo. Tady se můžeme zlepšit například v lepší prezentaci daného výrobku a přístupu k zákazníkovi. Další hrozbou je pak špatná volba výrobků. Je nutné dlouhodobě sledovat poptávku a té pak přizpůsobit nabídku.

8 Zhodnocení činnosti

Vytváření našich výrobků všechny členy naší firmy bavilo a společně jsme odvedli kus práce. Do budoucna je nutné zapracovat na přístupu k zákazníkovi a zbavit se zbytečného ostychu a samozřejmě doplnit naši nabídku dalšími výrobky.

9 Hodnotící zpráva učitele kroužku

Žáky tvorba jednotlivých výrobků bavila a s malou pomocí přítomné vyučující byly schopny vytvořit velmi pěkné výrobky. Na škole máme předmět (ČaSP – dílny), jehož náplní je tvorba jednoduchých výrobků, nicméně v tomto kroužku a hlavně se zaměřením na keramiku se mohla zručnost žáků naplno projevit.

Z průběžného zhodnocení vyplynulo několik poznatků:

- 1) Pozdní dodání materiálu. Kdybychom čekali na materiál, který nám měl být dodán, nebyli bychom schopni s ohledem na technologické postupy pro pálení a glazování keramiky a množství vyrobených výrobků vše stihnout v termínu. Díl viny neseme také my sami, protože jsme objednávky posílali na poslední chvíli, ale pro dodávky nezbytného materiálu je nutná větší flexibilita dodavatele.
- 2) Nedostatek času. Projekt byl realizován v příliš krátkém časovém období. Absolutně nereflektoval případná specifika zvoleného podnikání, jako např. časovou náročnost výroby keramických výrobků. Žáci museli vyrobit dostatek výrobků a následně ještě připravit jejich prodej. V kombinaci s povinnou teoretickou částí, kterou měli žáci absolvovat, bylo nemožné vše stihnout tak, aby bylo dosaženo stanovených cílů v odpovídající kvalitě. Žáci naštěstí vyráběli výrobky s nadšením a nevadilo jim zůstat ve škole déle. Vezmeme-li v potaz kompletní realizaci projektu na škole, od motivace a výběru žáků, přes tvorbu podnikatelského záměru a založení firmy, výrobu portfolia výrobků a jejich prodej, je časová dotace v řádu několika týdnů skutečně nedostačující.

- 3) Návštěva podnikatele. Návštěva podnikatele na naší škole nesplnila svůj účel. V den jeho návštěvy žáci ještě finalizovali poslední nedokončené výrobky. Podnikatel usoudil, že ho při této činnosti nebudou poslouchat a odešel, aniž by jim cokoli řekl. Žáci v podstatě ani nezaznamenali jeho přítomnost, přičemž on se ani nesnažil o jejich pozornost.
- 4) Cílová věková skupina žáků. Stojí za úvahu, zda je vhodné cílit na stanovenou věkovou kategorii. Finanční gramotnost je potřebná a vzdělávání žáků v tomto směru je nutné, ale to se již děje v rámci běžné výuky, kdy se s tématem finanční gramotnosti v různých předmětech s žáky pracuje prostřednictvím realizace ŠVP. Výuka sice není striktně zaměřená pouze na finanční gramotnost, ale je pro žáky přínosnější, mj. z důvodu věkové přiměřenosti. Žáky z cílové skupiny pojmy z ekonomie skutečně neohromí a nijak nepřitáhnou, neboť jsou stále spíše malými dětmi než budoucími podnikateli.

Pro plné využití dodaných materiálů (Junior Achievement) bohužel nebyl dostatek času, jak již bylo zmíněno výše. Myšlenka projektu je dobrá, ale jeho realizace by dle mého názoru měla být rozložena mezi širší věkové spektrum.

10 Hodnotící zpráva mentora kroužku

ZŠ Rožňavská si pro svou činnost vybrala výrobu keramiky. Žáci vyráběli soupravy do domácnosti – tácek, vázička, solnička, šálek, podšálek. Všichni žáci pracovali v dílně a byli velmi šikovní a soustředění. Podnikatelského kroužku se zúčastnilo v rozmezí 15–10 žáků pod vedením paní učitelky Spurné v prostorách školy. Bohužel se pokazila pec, která byla spravena co nejdříve. Výrobky nabízeli na dni otevřených 10. prosince 2014. Velmi nápadité a hezké logo.

V kroužku jsem se byla podívat dvakrát, předem jsem se ohlásila. Žáci vyráběli keramiku. Doporučila jsem pí Spurné udělat nabídkové listy, pozvánky, ceníky. Tuto činnost měli dělat žáci ve výtvarné hodině a měli i navrhovat prezentaci. Dále jsem doporučila všechny materiály, související s činností podnikatelského kroužku, dát jako přílohu k výroční zprávě. Paní učitelka Spurná si dovedla poradit, i když došlo ke zpoždění materiálu, činnost podnikatelského kroužku nebyla ohrožena. Její přístup byl velmi pozitivní, celé klima při výrobě bylo příjemné, žáci pracovali se zaujetím a zejména se soustředili na výrobu. Byla u nich vidět ochota se něco nového naučit, zejména v manuální tvorbě.

Po přečtení výroční zprávy na základě svých zkušeností souhlasím s připomínkami pí učitelky Spurné, a to:

- a) Věkový limit žáků.
- b) Krátká doba podnikání.
- c) Špatná organizace materiálu pro výrobu.
- d) Nevyužití Abecedy podnikání.

Ing. Ilona Holánová



Ukázky z veletrhu minifirem žáků základních škol v rámci projektu Univerzity Palackého na Výstavišti Flóra v Olomouci. Zdroj: <http://ropoz.upol.cz/multimedia/category/16-veletrh-minipodniku-19-6-2015-2-cast>.

Projekt Podnikatel: Rozvoj podnikatelských dovedností u žáků základních škol

Tento projekt realizovalo Centrum pro rozvoj a podporu regionů, o.p.s. Projekt byl zaměřený na rozvoj podnikatelských znalostí, schopností a dovedností žáků 5. – 9. tříd a jejich implementace do výuky a do ŠVP.

Základním stavebním kamenem projektu bylo společné zapojení několika spolupracujících základních škol a zaměstnavatelů. Hlavním cílem projektu bylo vytvoření vzdělávacího programu zaměřeného na rozvoj podnikatelských znalostí, schopností a dovedností u žáků 5. – 9. tříd základních škol, vytvoření vzdělávacích modulů a metodik, proškolení pedagogů a přenos výsledků projektu na další základní školy Olomouckého kraje.

Projektem došlo k inovaci výukových metod na partnerských ZŠ zavedením projektové výuky pro oblast podnikatelských dovedností. Projekt byl realizován v rámci partnerství Centra pro rozvoj a podporu regionů, o.p.s. a 7 základních škol Olomouckého kraje.

Pro zvýšení motivace žáků byly do této aktivity zapojeny i besedy s mladými podnikateli. V průběhu celého pololetí žáci plnili jednotlivé projektové úkoly, na kterých si procvičili následující podnikatelské dovednosti:

- rozvinutá emoční inteligence,
- kreativní přístupy k hledání možných řešení,
- schopnost jednat asertivně,
- rozvinuté komunikační a prezentační dovednosti,
- schopnost řešit problémy a činit rozhodnutí,
- schopnost vůdcovství, přesvědčování, vyjednávání,
- schopnost týmové práce,
- schopnost plánovat a být flexibilní,
- obchodní dovednosti a finanční gramotnost,
- management času.

Projekt žákovské firmy: „Cestovní kancelář“

Popis projektu:

Společný projekt pro 7. třídy byl zaměřený na podnikatelský záměr „Cestovní kancelář“. Jednotlivé žákovské týmy si vytvořili vlastní cestovní kancelář, zaměřenou na některou z určených turistických destinací. V první části naplňování podnikatelského záměru společně vytvořili název cestovní kanceláře, logo, reklamní slogan a vizitku. Rozdělili si pozice ve firmě a společně vytvářeli pro nadcházející turistickou sezónu katalog. V průběhu celého trvání společného projektu každé žákovské firmy plnily jednotlivé pracovní týmy žáků projektové úkoly ze zařazených předmětů. O celém průběhu projektu, zadaných úkolech, pracovních schůzkách apod. si vedl každý pracovní tým své záznamy prostřednictvím „firemního diáře“.

Společný projekt žákovských firem u žáků přispěl k posílení následujících podnikatelských dovedností:

- a) týmová spolupráce – žáci v průběhu 4 měsíců pracovali na všech projektových úkolech ve vytvořených pracovních týmech,
- b) vyjednávání,
- c) komunikační a prezentační dovednosti,
- d) řešení konfliktů,
- e) organizace času – dlouhodobé vedení záznamu o životě firmy „firemní diář“.

Nosné téma společného projektu „Cestovní kancelář“ bylo rozděleno vzhledem k obsahu učiva 7. třídy do turistických destinací Afriky.

Zařazené předměty: IKT, Z, MAT, AJ

Mezipředmětové vazby: ČJ

Výstupy projektu:

Vytvořený katalog cestovní kanceláře v elektronické podobě, závěrečná prezentace před porotou (komisí).

Posledním úkolem pro žákovskou firmu, před závěrečnou prezentací před hodnotící komisí, bylo připravit prezentaci o jejich firmě a o vytvořeném katalogu.

V prezentaci (PowerPoint) si museli připravit šablonu pro jejich firmu (název, logo, barvy), ve které byly následující informace:

- jakým způsobem jste v týmu pracovali,
- jak jste se scházeli a jak jste spolu komunikovali,
- jak jste prováděli záznamy do Vašeho firemního diáře,
- jak jste plnili jednotlivé úkoly,
- co vám dělalo největší problémy,
- co se vám na tomto typu práce nejvíce líbilo,
- ukázka všech Vašich výstupů (logo, slogan, název, vizitka, katalog, firemní diář).

Maximální délka prezentace 10 minut.

Při prezentaci před hodnotící komisí bylo zapotřebí respektovat následující doporučení:

- představení celého týmu,
- při prezentaci by se měl vystřídat celý tým,
- vhodné oblečení,
- vhodné postoje, gestikulace ...

Žáci měli v průběhu celé soutěže možnost podrobit své firmy (společné projekty) konkurenčnímu boji s jinými firmami ve třídě, škole a mezi školami. Všechny žákovské firmy jsou rozděleny do dvou kategorií, 1. kategorie 5. – 7. třída, 2. kategorie 8. – 9. třída.

Do projektu PODNIKATEL byly zapojeny tyto základní školy Olomouckého kraje:

- [Fakultní základní škola Olomouc, Tererovo náměstí 1](#)

- [Waldorfská základní škola a mateřská škola Olomouc s.r.o.](#)
- [Základní škola a Mateřská škola Olomouc, Demlova 18, příspěvková organizace](#)
- [Základní škola Olomouc, příspěvková organizace, Zeyerova 28/970](#)
- [Základní škola a Mateřská škola Olomouc - Nemilany, Raisova 1](#)
- [Základní škola Náměšť na Hané, okres Olomouc](#)
- [Základní škola Senice na Hané, okres Olomouc, příspěvková organizace](#)

Podrobnější informace najdete také na adrese www.podnikatel.arsra.cz.

Projekt Podnikavá škola

Projekt Podnikavá škola vznikl pod hlavičkou o.s. [Jules a Jim](#). V roce 2014 se Podnikavá škola připojila k portfoliu platformy Inovátoři.cz. Již od roku 2003 se sdružení věnuje v rámci svých aktivit rozvoji vztahů, komunikačních dovedností, týmové spolupráce, důvěry a podnikavosti žáků základních a středních škol. Učí také mladé lidi vnímat a rozumět problémům ve svém bezprostředním okolí, přebírat odpovědnost za jejich řešení a stávat se aktivními občany.

Posláním projektu Podnikavá škola je pomáhat českým školám a univerzitám zavádět a nabízet vzdělávací programy zaměřené na rozvoj podnikatelského myšlení a podnikatelských dovedností. Také podporují vlastní podnikatelské aktivity škol a zapojují do nich žáky, učitele, zaměstnance školy a celou komunitu.

Vizí jsou podnikavé a podnikající školy, které:

- učí žáky a studenty myslet kriticky, vnímat problémy ve svém okolí a nacházet inovativní podnikatelská řešení
- umožňují jim aplikovat získané znalosti a dovednosti v rámci vlastních formálních i volnočasových aktivit
- rozvíjejí podnikatelské myšlení a vedou žáky ke společenské odpovědnosti a trvalé udržitelnosti

Podnikatelské kroužky:

Cílem kroužku nebylo zbohatnout, ale naučit se jak měnit své nápady ve skutečnost. Dalším cílem je setkávat se zajímavými lidmi z byznysu i z neziskových organizací. Kroužek je určen jednotlivcům i skupinám studentů, kteří chtějí ukázat co v nich je, naučit se jak založit vlastní „firmu“ přímo ve škole. Podnikatelský model kroužků je zpracovaný v „lean canvas“.

V průběhu kroužků byl kladen důraz na rozvoj kreativity, týmové spolupráce a komunikačních dovedností. Kromě práce na samotném projektu se také žáci vypravili do terénu na průzkum skutečného světa podnikání mimo školu, setkali se s úspěšnými podnikateli a navázali i

zajímavá partnerství. Cílem bylo rovněž do činnosti kroužku zapojovat rodiče, školu a okolní firmy.

Každého kroužku se zúčastnilo přibližně 5-15 žáků, kteří v každém kroužku na základě svých vlastních podnikatelských nápadů vytvářeli skutečné podnikatelské projekty. Učili se porozumět principům podnikání, vytvořit srozumitelný byznys model a harmonogram projektu, vyrobit reklamu, vyjednávat s partnery, ale také rozdělit si práci, nést odpovědnost za své úkoly a rozhodovat se jak odpovědně naložit s vydělanými penězi.

Byla využita metoda „design thinking“ vyvinutá na Stanfordově Univerzitě a hojně využívaná úspěšnými firmami po celém světě. Tento proces vyjadřují fáze Understand, Discover, Ideate a Prototype:

- Understand – v první fázi porozumíme tomu, co to vlastně podnikání je, co je jeho smyslem, a také co je podnikatel a jaké jsou jeho charakteristické dovednosti a schopnosti.
- Discover – v další fázi budeme zjišťovat problémy ve škole nebo blízkém okolí, budeme také ověřovat, jak to vidí různí lidé.
- Ideate – ve třetí fázi budeme vymýšlet vlastní řešení, budeme se na věci dívat inovativně a navrhne konkrétní možnou podobu služby nebo produktu, který budeme nabízet – náš prototyp.
- Prototype – v poslední fázi vyjdeme ven se svým prototypem mezi lidi a budeme od nich získávat zpětnou vazbu. Uvidíme, zdali vše funguje, jak jsme si naplánovali a podnikatelský model na základě toho budeme nadále upravovat a rozvíjet.

Zapojené základní školy:

- ZŠ a Gymnázium Truhlářská (Praha 1)
- ZŠ Drtinova (Praha 5)

Podrobnější informace najdete také na adrese

<http://www.podnikavaskola.cz>

Projekt Ráj na Zemi aneb Ideální vesnice

Projekt Základní školy Ostrava, Gajdošova.

Jméno realizátora/pedagoga: Mgr. Jana Dvořáková

Vzdělávací oblast: Člověk a společnost

Obor: Výchova k občanství

Vzdělávací oblast: Matematika a její aplikace

Obor: Matematika

Žáci vytvářeli fiktivní vesnici na „zelené louce“. Každý měl možnost si vytvořit dům svých snů. V této osadě si měli sami určit, kde budou pracovat, co nutného ve vesnici k udržitelnému

rozvoji potřebují. Jednalo se o vesnici, kde jsou dodávány pouze energie, vše ostatní si musí zajistit sami.

Vyučujícím byla vybrána ekonomická rada, kterou představovali dva žáci s nejlepšími výsledky v matematice. Třída si vybírala svého starostu. Tato trojice pak schvalovala podnikatelské záměry a kontrolovala finanční plán firem. Ostatní žáci si měli možnost ve vesnici otevřít svou živnost. Mohli podnikat samostatně nebo ve dvojicích. Byla nutná domluva celé třídy, aby vesnici nic podstatného nechybělo.

Východiska a kontext:

Maximálně 20 žáků nejlépe 9. ročníku. Žáci znají pravidla hry Ekopolis, chápou význam důležitých staveb. Projekt byl realizován na Ozdravném pobytu – celodenní projekt. Příprava cca 2 hod.

Cíle:

Žáci se orientují v daných termínech. Zpracovávají finanční plán a prezentují ho. Kriticky myslí, činí uvážlivá rozhodnutí, která jsou schopna obhájit. Naslouchají druhým, účinně se zapojují do diskuze a pracují v týmu. Pochopí základní ekologické a ekonomické souvislosti. Rozhodují v zájmu trvale udržitelného rozvoje společnosti. Plní povinnosti a závazky.

Vlastní realizace:

Je vhodné navázat na hru Ekopolis, která byla zdarma dodávána do škol. Žáci již mají upevněné poznatky o udržitelném rozvoji města. V tomto projektu si budují celou vesnici sami. Obrázky svých domů si vytvoří podle šablony ze hry Ekopolis. Následně si je nalepí na balicí papír (formát podle velikosti třídy – musí se tam pak ještě vejít firmy).

Až se „ubytují“ musí popřemýšlet, co je ve vesnici nutné mít. V čem chtějí podnikat. Mohou pracovat samostatně nebo ve dvojicích. Své návrhy a finanční plán předkládají třídě v další hodině formou prezentace a ekonomická rada rozhodne, zda jim bude umožněno v této oblasti podnikat. Po schválení si žáci opět pomocí šablony nakreslí své firmy a vhodně nalepí do vesnice. Opět musí společně diskutovat o lokalizaci firem.

Následující hodinu zkusí fiktivně vypsát své příjmy, výdaje a čistý zisk nebo ztrátu. Opět následuje prezentace před třídou. Ekonomická rada ohodnotí realitu těchto výdajů. Poslední hodina je věnovaná diskuzi o jednotlivých firmách a o udržitelném rozvoji jejich vesnice.

Výsledky uskutečněného příkladu dobré praxe, shrnutí, zhodnocení:

Tento projekt rozpoutal silnou diskuzi o udržitelném rozvoji vesnice – co vše zde musí být. Osvědčila se realizace Ozdravného pobytu, vhodné i pro projektový den.

Využité zdroje:

Papíry, psací potřeby, pastelky, fixy, lepidlo, balicí papír, hra Ekopolis

Projekt To je tedy nápad!!!

Projekt Základní školy Karviná – Mizerov, Majakovského

Jméno realizátora/pedagoga: Mgr. Aleš Homan, Ph.D.

Projekt „To je tedy nápad“!!! realizoval u žáků velmi atraktivní téma vytvoření nového produktu, který na trhu ještě není, popřípadě úpravu nebo vylepšení stávajícího výrobku, který by svou jednoduchostí a nápaditostí zaujal a stal se z něj žádaný produkt na trhu. Toto marketingové téma bylo realizováno formou školního projektu a umožnilo propojit předměty různých vzdělávacích oblastí. Žáci uplatnili svou kreativitu, rozvíjeli své myšlenky a prohlubovali získané vědomosti z oblasti podnikání.

Východiska a kontext:

Projekt „To je tedy nápad“!!! je možné zakomponovat do výuky vzdělávací oblasti člověk a svět práce a předmětů český jazyk, dějepis, výchova k občanství, informační výchova, výtvarná výchova. Zde byly propojeny předměty český jazyk (název produktu, popis, reklamní slogany), dějepis (malá exkurze do historie podnikání a významných vynálezů v dějinách lidstva), výchova k občanství (základní informace o ekonomice, podnikání a právních souvislostech), globální a mediální výchova (samostatný předmět, kterým se na škole realizuje průřezové téma mediální výchova. Díky tomuto předmětu se mohli žáci podrobněji seznámit s odbornými ekonomickými pojmy, marketingem a managementem).

Téma bylo propojeno také s informační výchovou (tvorba reklamy a prezentací) a výtvarnou výchovou (tvorba plakátů). Uvedený počet předmětů není jinak zavazující, záleží na možnostech školy a spolupráci mezi jednotlivými pedagogy. Projekt lze v menším rozsahu uskutečnit ve většině školních předmětů. Cílovou skupinou pro příklad dobré praxe byli žáci 8. a 9. ročníku ZŠ.

Pro přípravu projektu je potřeba počítat s minimálně dvěma vyučovacími hodinami, vlastní realizace projektu je koncipována na čtyři vyučovací hodiny. Ideální je (opět dle možností školy) realizovat projekt ve třech dvouhodinových blocích napříč školními předměty (jako ročníkový projekt).

Cíle:

Cílem projektu bylo seznámit žáky se základními ekonomickými pojmy, obecnými principy podnikání a s možnostmi podnikání v České republice. Žáci by měli být schopni zpracovat jednoduchý podnikatelský plán a pochopit podstatu marketingu.

Vlastní realizace:

Projekt probíhal ve třech dvouhodinových blocích.

1. část

Na začátku projektu se žáci rozdělili do pracovních týmů, které zůstaly po celou dobu projektu stejné. V pracovní skupině by měli být maximálně čtyři žáci. Každý tým nejprve napsal na flip

vynález, který podle žáků nejvíce prospěl lidstvu a výrobek, který používáme každý den a který nám výrazně ulehčuje život. Každá pracovní skupina zdůvodnila svůj výběr. Vyučující následně s žáky prošel několik vynálezů, které významně změnily životy lidí, a postupně přešel k výrobkům, se kterými se setkáváme v každodenním životě, automaticky je používáme a nijak o nich hlouběji nepřemýšlíme. Dále pedagog žáky seznámil se základními pojmy z oblasti podnikání (podnikatel, podnikatelský nápad, konkurence, marketing, reklama, sponzoring, finanční plán, živnosti, živnostenský úřad...) a nastínil základní osnovu podnikatelského plánu. Žáci se pak v týmech zamýšleli nad tím, jaký výrobek by mohli vymyslet, aby se z něj na trhu stal žádaný produkt, popřípadě jak vylepšit již existující výrobek. V této části projektu se výrazně rozvíjely komunikativní kompetence a týmová práce, významně byla podporována kreativita dětí. Žáci začínají pracovat na svých nápadech, které pak začlenili do podnikatelského plánu.

2. část

Žáci pracovali s myšlenkou nového výrobku a snažili se o sestavení jednoduchého podnikatelského plánu (osnovu poskytne vyučující). V této fázi projektu se osvědčila spolupráce mezi učiteli českého jazyka a učitelem s ekonomickým vzděláním. Důraz byl kladen na tyto položky: název projektu, podnikatelský záměr, faktory úspěchu, popis výrobku nebo služby, zjištění potřebných vstupů, analýza trhu, charakteristika spotřebitelů, konkurence, propagace, zdroje financování. Žáci svůj výrobek kreslili na flip formátu A1 a na zvláštní papír připravovali texty s popisem. Ostatní položky podnikatelského plánu vyplňovali stručně do připravené tabulky. Používali fixy, pastelky, barevný papír, lepidlo aj. Během jejich tvůrčí práce působil učitel jako poradce a nezávislý pozorovatel. Důležité je, aby se žáci dokázali vžít do role tvůrčích pracovníků, kteří pro svou firmu připravují zajímavý produkt. Jsou nuceni přemýšlet o možné konkurenci na trhu, o cílové skupině spotřebitelů, finančních vstupech i možných rizicích. Tato část projektu je velice dynamická, některé týmy za dvě vyučovací hodiny nestihly své nákresy a texty dokončit. V takovém případě k finalizaci můžeme využít ještě část posledního bloku.

3. část

Poslední část projektu byla zaměřena na reklamu, propagaci výrobku a závěrečnou prezentaci jednotlivých týmů. Žáci vymýšleli reklamní slogany a připravovali se na závěrečnou prezentaci – ideální je tvorba krátké prezentace v programu PowerPoint (dle možnosti), úplně ale postačují kresby a slogany na flipcích. Poslední hodina projektu byla věnována jednotlivým týmům. Žáci představovali svůj výrobek, provedli jeho propagaci a odpovídali na otázky svých spolužáků. Pokud je to v možnostech školy, je dobré, aby se prezentace týmů zúčastnili také ostatní učitelé. Na závěr byly všechny produkty vyhodnoceny (komisí složenou z řad přítomných pedagogů) a vítězné práce oceněny.

Výsledky uskutečněného příkladu dobré praxe, shrnutí, zhodnocení:

Žáci se seznámili se základními pojmy z oblasti podnikání, museli přemýšlet o současném trhu a přijít na produkt, který by se na trhu ujal. Dále pochopili zásady tvorby podnikatelského plánu, museli zhodnotit možnou konkurenci, cílovou skupinu spotřebitelů a vytvořit vkusnou a vtipnou reklamu pro svůj výrobek. Porozuměli podstatě marketingu a jsou schopni zpracovat

jednoduchý podnikatelský plán. Projekt významně rozvíjel kompetence k podnikavosti, kompetence komunikativní, pracovní, sociální a personální.

Využité zdroje:

Flip formátu A1, křídový papír A1, pastelky, fixy, lepidlo, barevné papíry, program PowerPoint. Výchukové materiály pro pedagogické pracovníky ZŠ a víceletých gymnázií – v rámci projektu Podpora rozvoje kompetencí k podnikavosti a inovativnosti žáků základních škol. Internet – <http://www.czechinvest.org/>; <http://businessinfo.cz/>; <http://www.khkmsk.cz/>

Projekt „Hledáte práci? Začněte podnikat“

Projekt Základní školy Karviná – Mizerov, Majakovského

Jméno realizátora/pedagoga: Mgr. Aleš Homan, Ph.D.

Projekt byl zasazen do kontextu vysoké nezaměstnanosti na Karvinsku. Žáci se postupně seznamovali s největšími zaměstnavateli v Karviné a okolí, zjišťovali informace o vývoji nezaměstnanosti na Karvinsku, hodnotili výhody a nevýhody v podnikání, zjišťovali, zda jsou podnikavými lidmi, rozebírali rizika spojené počátkem podnikání. Žáci uplatňovali svou kreativitu, rozvíjeli myšlení, prohlubovali své vědomosti získané během výuky podnikavosti.

Východiska a kontext:

Téma je možné realizovat jako třídní projekt a propojit dle možností školy předměty český jazyk (práce s textem, vyplňování pracovních listů, střípky ze životopisů významných podnikatelů, podnikatelský záměr) a výchovu k občanství, popřípadě z oblasti člověk a svět práce využít předmět pracovní výchova. Dle možností školy je možné zapojit také vyučujícího ICT, výhodou je získat výchovné poradce, který žáků nastíní aktuální vývoj na trhu práce a přiblíží obory, o které je v současné době veliký zájem. Cílovou skupinou jsou žáci devátých ročníků, kteří se již dříve seznámili se základními ekonomickými pojmy a problematikou podnikání. Projekt je možné uskutečnit podle možností školy během jednoho dopoledne nebo postupně během čtyř až šesti vyučovacích hodin.

Cíle:

Cílem projektu bylo seznámit žáky se situací na dnešním trhu práce s akcentováním problematiky Karvinska, objasnit jim možnosti podnikání v ČR, seznámit je se základními pojmy z oblasti podnikání a nastínit jim postup při vlastním podnikání. Jedním z cílů projektu bylo rovněž odbourat vžitě předsudky vůči termínu podnikatel. Bohužel část školní mládeže tento zjednodušený pohled stále zastává. Zde můžeme pozorovat silné vlivy rodinného prostředí, ve kterém je tento pohled silně zakořeněn. Působením pozitivních příkladů z nejbližšího okolí, například konkrétních podnikatelů, které vnímá okolí jako slušné, poctivé a pracovitě lidi, se tento předsudek daří vyvracet.

Vlastní realizace:

Projekt probíhal v pěti vyučovacích hodinách.

1. část – nastínění problematiky, názory žáků

V úvodní části projektu vyučující rozdělil žáky do jednotlivých pracovních skupin (nejlépe po čtyřech žácích) a prostřednictvím malého dotazníku se snažil zjistit názory žáků na možnost získání zaměstnání ve zdejším kraji, pojmy zaměstnanec, zaměstnavatel, podnikatel, klady a zápory podnikání. Po stručném vyhodnocení odpovědí učitel seznámil žáky se základními pojmy z oblasti podnikání a pracovní týmy mají za úkol na připravené výkresy nebo flip napsat:

- Známé podnikatele ve světě, v ČR, na Karvinsku.
- Největší zaměstnavatele na Karvinsku.
- S jakými vlastnostmi podnikatelů se setkali ve svém okolí (kladné, záporné).
- V jakých oborech nebo činnostech by se dalo podnikat?
- Co bych musel dělat, abych se mohl stát podnikatelem?
- Mám pro podnikání vlastnosti, jsem podnikavým člověkem?

V závěrečné části hodiny žáci prezentovali své názory, vyučující doplňoval informace a usměrňoval diskuzi.

2. část – fakta o vývoji trhu práce v regionu Karvinsko

Vyučující žákům předložil materiál integrovaného portálu Ministerstva práce a sociálních věcí a pracovními listy s otázkami. Žáci pracovali s textem a své odpovědi zapisují. Příklady otázek:

- Kolik uchazečů o práci bylo v březnu 2013 evidováno v okrese Karviná?
- Jaká je situace ve srovnání s předchozím měsícem?
- Kolik bylo evidováno uchazečů o práci ze skupiny absolventů škol a mladistvých?
- Kolik uchazečů o zaměstnání bylo v měsíci březnu vyřazeno z evidence UP?
- Kolik uchazečů bylo umístěno do zaměstnání?
- Kolik pracovních míst bylo v průběhu měsíce nahlášeno?
- Po jakých profesích byla v měsíci největší poptávka?
- Kolik uchazečů připadá na Karvinsko na jedno pracovní místo?

V této části hodiny by bylo vhodné využít informací výchovného poradce, který by žáků nastínil obory, po kterých je v současné době ve společnosti velké poptávka. Nabízí se zde možnost poukázat na velké projekty, které se snaží popularizovat technické obory. Žáci by si měli uvědomit reálnou situaci na trhu práce v Karviné a okolí.

3. část – Hledáte práci? Začněte podnikat!

Učitel poukázal na to, že ne každý se odváží podnikat. Zjistit, zda je člověk podnikavý, mohou žáci prostřednictvím materiálů poskytnutých univerzitou. Žáci pak ve skupinkách přemýšleli nad výhodami a nevýhodami podnikání, své postřehy zapisovali na flip rozdělený na dvě poloviny. Své názory následně obhajují a diskutují o nich. V této části učitel může zařadit několik zajímavostí ze života významných podnikatelů, vybere příklady, které jsou v dnešní době žákům blízké, protože tyto produkty znají. Například H. Ford, Student Agency, Baťa atd.

Zaměří se na předmět jejich podnikání a výsledky. V následující fázi učitel navázal na názory žáků z 1. části – v jakých oborech činnosti by se dnes dalo podnikat. Žáci vymýšleli možnosti a všechny nápady zapisovali. Na základě těchto výsledků vyučující připravil následující hodinu.

4. - 5. část

V této části učitel seznámil žáky s možnostmi podnikání v České republice, připravil pracovní listy s úkoly, na které žáci hledají odpovědi (splnění zákonných podmínek, předmět podnikání, živnostenské oprávnění, OSVČ, společnost s ručením omezeným, základní kapitál s.r.o., počet společníků, jednatel firmy, akciová společnost, základní kapitál a.s., akcie, výše vkladu akcionářů, právnická osoba...), vyučující jejich činnost koordinoval, působil jako poradce. Tuto část je vhodné přenést do učebny výpočetní techniky, aby všechny pracovní týmy měli k dispozici internet a využily například adresy: www.abecedapodnikani.cz; www.zalozfirmu.cz; <http://www.khkmsk.cz/>.

Na základě získaných informací pak učitel znovu vysvětlil důležité pojmy jako podnikatel, podnikání, osoba samostatně výdělečně činná, společnost s ručením omezeným, akciová společnost, živnostenský úřad, živnostenské oprávnění, srovnává OSVČ a s.r.o., možnosti, výhody, nevýhody – a pomocí krátké prezentace seznámí stručně žáky s jednotlivými kroky při zakládání firmy.

V poslední fázi projektu jednotlivé týmy vymýšlely svou fiktivní firmu, například společnost s ručením omezeným a postupují stejně jako ve skutečnosti. Aby nedošlo ke ztrátě dynamičnosti, není nutné vzhledem k věkovému složení žáků podrobně rozebírat např. návrh a zápis firmy do obchodního rejstříku, zřízení bankovního účtu atd., ale zaměřit se na činnosti, které v žácích probouzí kreativitu – originální název firmy, obor činnosti, sídlo, název domény a www stránek, způsob financování, nákup potřebných věcí, reklama, cílová skupina odběratelů. Údaje o své firmě žáci zapisují na flip, mohou vymýšlet logo firmy atd. V této části projektu se u žáků významně rozvíjely kompetence komunikativní a týmová práce. Na závěr projektu jednotlivé týmy představily v krátkém vstupu svou firmu a nastínily její budoucí vývoj, přičemž musely zohlednit možná rizika tohoto podnikání.

Výsledky uskutečněného příkladu dobré praxe, shrnutí, zhodnocení:

V rámci projektu se žáci seznámili se základními pojmy z oblasti podnikání, podrobně rozebrali situaci na trhu práce v Karviné a okolí, uvědomili si, že jednou z možností jak uspět, je také podnikání. Žáci zhodnotili své předpoklady pro podnikání, seznámili se s riziky, které každé podnikání přináší a někteří pochopili, že podnikatel není ten „zloduch, zbohatlík“ či „zloděj“, ale že za poctivým podnikáním se skrývá velká dřina, trpělivost, slušnost, serióznost, kreativita a cesta k úspěchu a finanční nezávislosti je dlouhá a mnohdy často velmi nejistá.

Využité zdroje: Flip formátu A1, křídový papír formátu A3, pastelky, fixy, barevné papíry, pracovní listy, internet. Výukové materiály pro pedagogické pracovníky ZŠ a víceletých gymnázií – v rámci projektu Podpora rozvoje kompetencí k podnikavosti a inovativnosti žáků ZŠ. Internet: www.khkmsk.cz; www.abecedapodnikani.cz; www.zalozfirmu.cz; <http://portal.mpsv.cz/upcr/msk/kop>.

POUŽITÁ LITERATURA:

- *Junior Achievement*. Portál. <https://jaczech.org/>
- MALACH, Josef a kol. *Sborník příkladů dobré praxe ve školách v rámci projektu Podpora rozvoje kompetencí k podnikavosti a inovativnosti žáků základních škol*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013.
- MAREŠOVÁ, H., RUDOLF, J., HLADÍK, T. *Výchova k podnikavosti*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2015, 62 s. ISBN 978-80-244-4436-9.
- *Sborník příkladů dobré praxe: „Podpora rozvoje kompetencí k podnikavosti a inovativnosti žáků základních škol“*, Pedagogická fakulta Ostravské univerzity v Ostravě, 2013.