Hernádiné Győriványi Flóra
XTZ2M9

KOMMUNIKÁCIÓS KOMPETENCIÁT FEJLESZTŐ FELADATOK

1. FELADAT

Célcsoport: Általános iskola 8. osztály

Felhasznált irodalom:OFI Újgenerációs Földrajz 10. Tankönyv (84.o)

Internetes elérés: http://tankonyvkatalogus.hu/pdf/FI-506010801_1__teljes.pdf

Témakör: Magyarország élelmiszer gazdasága - magyar termékek a világpiacon

1.1. Véleménycsere

Alkossatok párokat! Vitassátok meg egymással a táblázatban szereplő kérdéseket!

<table>
<tr><td>A feladat célja</td><td>A feladat célja a diákok tudatos vásárlóvá nevelése, illetve szemléletformálása. Egyrészről összefoglalhatják a jelenlegi (otthoni) szokásaikat, majd az érvek megvitatása után láthatják, hogy min kellene a jövőben változtatniuk. Ez akár később a családban is jó beszédtéma lehet, hogy családi szinten miken változtassanak.</td></tr>
<tr><td>A feladat leírása</td><td>A diákok segítségképpen képeket kapnak, valamint egy táblázatot. Az abban szereplő kérdéseket kell párban megvitatniuk egymással. A feladat megoldására 10 perc áll rendelkezésükre.
<table>
<tr><td>Hol szoktátok beszerezni ezeket a termékeket?</td><td></td></tr>
<tr><td>Mi alapján választotok? Te mi alapján választanál?</td><td></td></tr>
<tr><td>Szerinted hol érdemes beszerezni?</td><td></td></tr>
<tr><td>Mit nézel meg egy terméken?</td><td></td></tr>
<tr><td>Egyéb szempont</td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Lehetséges válaszok</td><td>
<table>
<tr><td>Hol szoktátok beszerezni ezeket a</td><td>1. (hús)
-szeletelt, előre csomagolt felvágottat veszünk a bevásárlóközpontban.</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

termékeket?	-kimérve vesszük a helyi hentesnél 2. (gyümölcs, zöldség) -a bevásárlóközpontban vásárolunk mert ott mindent lehet kapni -a piacon vesszük a helyi termelőktől, szezonális árukat fogyasztunk. 3. (ruha, cipő) -plázában vásárolok, mert rengeteg márkabolt megtalálható, végig járhatom az összeset, így megtalálhatom a legjobban hozzám illőt. -turiban vásárolok. -a helyi butikban vásárolunk ruhákat 4. (virág) -Az ALDIban, LIDLben mindig vannak olcsón friss virágok - a virágüzletben vesszük a viárgokat - a virágpiacról vásárolunk - az aluljárós nénitől szoktam rózsát venni
Mi alapján választotok? Te mi alapján választanál?	- ár - márka - kinézet - divat - minőség - a barátaim mit vesznek - újrahasznosítható - fenntartható - újrahasznosított - csomagolásmentesség
Szerinted hol érdemes beszerezni?	1. a húst a hentesnél, mert friss, kimért árut kaphatok, bízhatok a jobb minőségben, valamint ha nem csomagolt húsokat vásárolok, akkor kevesebb szemetet termelek 2. a zöldséget, gyümölcsöt a piacon, mert bízhatok a minőségben és a helyi termelőt támogatom a vásárlásommal. Nagyobb lehetőségem van csomagolásmentesen vásárolni.

<table>
<tr><td></td><td>
<table>
<tr><td></td><td>3. plázában akkor, ha céltudatosan tudom, hogy mit szeretnék vásárolni és csak azt veszem meg, amire szükségem van.
A turkálókkal segítem a fenntarthatóságot, mert egy kidobott ruhának második életet adok, nem beszélve arról, hogy olcsóbb és egyedibb darabokat választhatok.
A helyi tervezőt támogatom a butikban való vásárlással
4. A virágboltban és a virágpiacon bízhatok a minőségben és a frissességben, igyekszem a hazai virágokat választani.</td></tr>
<tr><td>Mit nézel meg egy terméken?</td><td>- ár
- márka
- minőség
- származási hely</td></tr>
<tr><td>Egyéb szempont</td><td>- fairtrade
- márka etikussága</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Felhasznált képek a táblázathoz</td><td>1.
 </td></tr>
</table>

Pulykamellsonka
Pulykamellsonka
BARDET
PULYKAMELLSONKA
BUDGET

2.

3.

H&M

4.

1.2. Márkagyűjtés

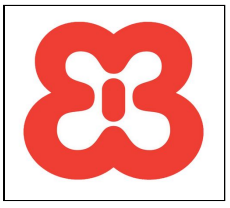
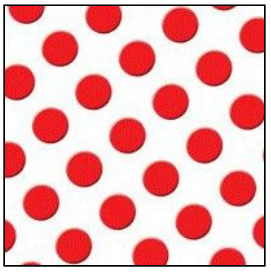
Kategóriákba rendezve (pl. ruha, élelmiszer, elektronika stb) gyűjtsek párokban minél több magyar márkát! A feladat végén osszátok meg ezt a többiekkel is!

A feladat célja	Az első feladat alapján a diákoknak minél több magyar márkanevet kell gyűjteniük. Ebből kiderül, hogy mennyire tájékozottak a magyar termékekkel kapcsolatban. Ötleteket meríthetnek egymástól és segíti, hogy a jövőben tudatosan bizonyos márkákat keressenek a boltok polcain.
A feladat leírása	Az első feladat alapján a diákoknak párban minél több magyar márkanevet kell gyűjteniük. Ehhez használhatnak segédeszközöket és internetes forrásokat is. Aároknak 5 percük van minél több márkanevet összeszedniük különböző kategóriákban. Az 5 perc letelte után az osztály közösen csoportokba szedi a márkaneveket, amelyeket a tanár felír a táblára.
Lehetséges válaszok	Ruha: Tisza cipő Élelmiszer: Szarvasi, Gyermelyi, Győri édes, Szerencsi stb...

1.3. Márkafelismerés

Alkossatok párokat! Felismeritek a magyar márkákat a logójuk alapján? Ha eszetekbe jut még ezen kívül, azt gyűjtsétek össze!

Feladat célja	Felismerik-e a gyerekek a magyar márkákat a logójuk alapján? Mennyire vannak tisztában a márkalogókkal és mennyire tudják azokat termékekhez kötni? A páros képelemzés során a diákoknak lehetőségük van arra, hogy egymástól tanuljanak, emellett fejlődik az együttműködő képességük is.
<u>Feladat leírása</u>	Az előző feladathoz hasonlóan a diákoknak 5 percük van, hogy párban felismerjék a magyar termékek logóit és megbeszéljék, hogy az adott cég mivel foglalkozik. Ezek után újabb 5 percet kapnak, amiben újabb magyar márkákat kell gyűjteniük a

	logójukkal együtt. A kommunikációs és együttműködő készségük mellett fejlődik a kreativitásuk is.
Elvárt válaszok a képekhez	1. Tisza (ruházat) 2. Budmil (ruházat) 3. Budapest Bank (bank) 4. Béres (gyógyszer) 5. Extreme Digital (elektronika) 6. Fornetti (pékség) 7. Egis (gyógyszergyártás) 8. Prezi (prezentációs szoftver) 9. Pöttyös (élelmiszer)
Felhasznált képek	 

1.4. Márkamozaik

Olvassátok el a kapott szövegeket és röviden beszéljétek meg a csoportotokkal. Ezek után üljetek át egy másik csoportba és hallgassátok meg a náluk lévő szöveg recenzióját és osszátok meg azt, amit előzetesen ti kaptatok!

A feladat célja	A diákok kis csoportokban jobban megismerhessék a hazai márkákat, termékeket és az ő profiljukat, történetüket. Egymástól tanulva fejlődik a kommunikációs és szociális készségük is.
A feladat leírása	A diákok 4-5 fős csoportokban szövegeket kapnak egyes hazai cégekről. Ezt elolvassák és röviden, 1 percben átbeszélik. Ezutána a csoport tagjai más csoportokba ülnek át és megosztják az általuk olvasottakat és megismerik a többi csoportnál lévő hungarikumokat is.
Felhasznált szövegek	1. **Bookline** 3813 kiadó könyvei, 36 antikvárium teljes kínálata, 5 saját könyvesbolt Budapesten, 18 franchise partner országszerte, 226 bookline átvételi pont országszerte. Célunk, hogy a Bookline legyen Magyarország vezető webáruháza. A Bookline Magyarország legnagyobb internetes könyváruháza, az év internetes kereskedője. Az egyedülálló hazai és idegen nyelvű könyvkínálaton túl 33 antikvárium kínálata, több ezer cd, dvd, drogéria és műszaki termék színesíti a társaság termékkínálatát. 2. **Negro** A Negro története 1922-ig nyúlik vissza, amikor is a Dreher Antal Serfőző Részvénytársaság a kőbányai sörgyár mellett csokoládé- és cukorkagyárat építtetett. Az új vállalat a keménycukorka-gyártást jelentős mennyiségű külföldi vendégmunkás és szakember alkalmazásával indította be. A legenda szerint a külföldi cukrászok

közé tartozott az olasz P. Negro, aki mintegy véletlenül, a savanyúcukorka gyártásánál keletkezett törmelék és felesleg felhasználásán dolgozott, amikor rátalált a Negro receptjére. Az összetétel még ma is szigorú gyártási titok, csak annyi nyilvános, hogy a felesleghez mentolt és ánizst kevertek. A Negro gyártása 1980-ban került a Győri Keksz- és Ostyagyárhoz. A privatizáció után a jogfolytonosság miatt Szerencs és Győr is tulajdonolta a Negro márkát. A Danone csoport a United Biscuitstől vásárolta meg a Győri Kekszet és a vállalattal együtt a Negro cukorka jogait, nemrég pedig a Győri Keksz Kft. a Nestlé Magyarország Kft.-től megvásárolta a jogok másik felét is, így a jövőben egyedüli tulajdonosként gyárthatja és forgalmazhatja a "torok kéményseprőjét".

3. **Stühmer**

Cégünk egy 2004 óta működő, egri székhelyű vállalkozás. A több mint 40 éves múltra visszatekintő Stühmer édességbolt 2005. márciusában került a Kft. tulajdonába. Stühmer Frigyes hamburgi cukrászmester alapította 1868-ban az első csokoládégyárat Magyarországon.

Ismerve az üzlet múltját elhatároztuk, hogy felébresztjük Csipkerózsika-álmából az egykor világhírű Stühmer márkanevet. Hamarosan megindult a védjegy-tulajdonjog megvételének folyamata. Néhány hónappal később megkezdődött a saját prémium kategóriás termékek gyártása is. 2008. januárjában átadták a Novaj községben lévő csokoládéüzemet, így nosztalgia termékeink, a Melódia szelet, az Aranydesszert, a Stühmer Rózsa, a Korfu szelet és a Százszorszép desszert már a saját gyárunkból kerülnek az üzletek polcaira.

Célunk, hogy mind ízében, mind külső

	megjelenésében olyan exkluzív magyar termékeket készítsünk, melyekkel a nívós édességre vágyó fogyasztók igényeit kielégítjük. Kényesen ügyelünk a termékek minőségére azáltal, hogy azokat csak valódi csokoládéból készítjük. Nagy hangsúlyt fektetünk az egyedi megjelenésre, ezért törekszünk a csomagoló anyagok széles választékát felvonultatni. Stühmer Frigyes felismerte, hogy a csokoládé és a cukorka fontos fogyasztási cikk, jövője van. Nagy szerepet játszott abban, hogy a luxuscikknek számító csokoládé elindult a közszükségleti cikké válás útján. Kitűnő termékeivel hamarosan virágzásba hozta üzemét. Készítményeit a tisztaság, a jóság és az ízléses kiállítás jellemezte. **4. Neogranormon** A Neogranormon sikertörténete – amely időközben 3 generáció életét is végigkísérte – 1932 karácsonya előtt indult egy miniszter tanácsosi rendelettel. A vevők által bőrgyógyító házi kenőcsnek aposztrofált készítmény 1933 óta jelenti a baba, illetve a babaszoba meghitt illatát. Valószínűleg nem ez az illat juthatott eszébe a kenőcsöt gyártó dolgozóknak. Akkoriban ugyanis nagy üstökben kevergették az alapanyagokat, a lanolint (gyapjúzsírt), az extractum pancreatist és a bikahere-kivonatot. Ez utóbbinak pedig különösen erős szaga volt, ezért a készítményt télen és nyáron is kint főzték az udvaron. Az alapanyagok melegítése egyébként egy órán keresztül száz fokon történt a csíramentesítés miatt. A főzetet ezután leszűrték és felhígították, majd beleöntötték lanolinos koleszterinbe. Miután a gyapjúzsírt felolvasztották, feloldották benne a koleszterint, majd az előmelegített, szűrt vazelinbe beletették, ezután pedig fabunkós keverő segítségével, kihűlésig keverve elkészítették a pasztát. Amikor az oldat már csak 45 fokos volt,

	akkor adták hozzá az illóolajokat. A Neogranormon kenőcs töltése még a hatvanas években is meglehetősen kezdetleges eszközökkel történt. Ekkor még tekerős masinával zárták le a tubusokat, és a címkézés is kézzel történt. Azóta persze jelentősen korszerűsödött a gyártási technológia, összetétele is változott az évek során. A bikahere-kivonatot a hetvenes években vonták ki a Neogranormon összetételéből, ugyanis akkor nagyon nehéz volt ezt beszerezni, ráadásul kétségek is merültek fel annak szükségessége kapcsán. A páratlan összetételű, eredeti magyar fejlesztésű terméket 1951-től a Debreceni Gyógyszergyár, majd 1960-tól annak jogutódja a Biogal Gyógyszergyár (TEVA Magyarország) gyártja.

2. FELADAT

Célcsoport: gimnázium 10. osztály

Felhasznált irodalom: OFI Újgenerációs Földrajz 10. Tankönyv

internetes elérés: http://tankonyvkatalogus.hu/pdf/FI-506011001_1__teljes.pdf

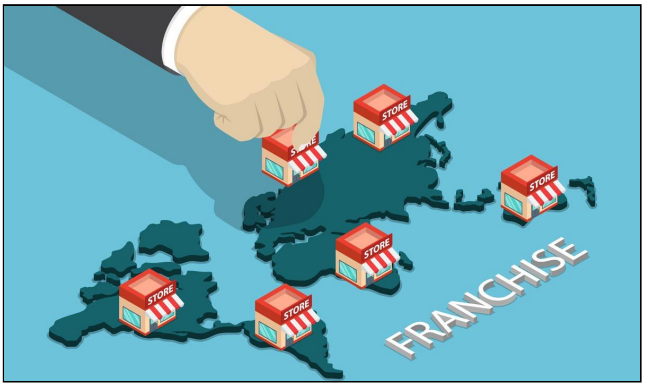
Témakör: *Globalizáció*

2.1. Egyetértésjáték

Vitassátok meg kiscsoportban a globalizáció pro-kontra érveit! A beszélgetés végére fogalmazzatok meg egy állítást, amelyben összefoglaljátok a véleményeteket! Fontos, hogy a tételmondatotokat minden csoporttag elfogadja!

Feladat célja	A diákok csoportban beszélnek meg egy témát, jelen esetben a globalizáció pozitív és negatív hatásait. A cél, hogy a beszélgetés végére legyen egy tételmondat arról, hogy mi a globalizáció pozitívuma és ugyanígy a nagatívuma is, viszont fontos, hogy ezekkel a mondatokkal a csoport minden tagja egyetértsen vagy legalábbis elfogadjon. Ezt a két tételmondatot a többi csoport előtt is meg kell osztaniuk. A feladat fejleszti a kommunikációs készségüket, hiszen pro-kontra érveket kell gyűjteniük és egymással megosztaniuk, majd végül konszenzusra kell jutniuk. Ez egyben szociális kompetenciát is fejleszt.
A feladat leírása	Az osztályban 4-5 fős csoportokat alakítunk. A csoportok a tételmondataik kialakításához először is támaszkodnak az előzetes tanulmányaikra, de ezen kívül érveik gyűjtéséhez segítségül vehetik a tankönyv ide vonatkozó 68. oldalát, illetve egyéb internetes forrásokat is. A csoportoknak 5 perc áll rendelkezésre az érvek gyűjtésére 5 perc azok megvitatására, tehát összesen 10 perc alatt kell eljutniuk a közös nevezőre, amelyet majd az osztállyal is

	megosztanak.
Lehetséges válaszok	*Pozitívum:* - A globalizáció lehetővé teszi a termékgazdagságot, hogy mindenki az ízlésének és a pénztárcájának megfelelően tudjon vásárolni. -A TNC-k, pl a McDonald, H&M stb. a világ minden táján munkalehetőséget teremtenek, hozzájárulnak a befogadó ország gazdaságának fejlődéséhez. *Negatívum:* -A globalizáció a rengeteg termék gyártásával túltermeléshez vezet. Ez a fajta túlfogyasztás nem fenntartható, feléljük általa a bolygónk energiakészleteit. - A TNC-k nem veszik figyelembe a hazai termelőket, ellehetetlenítik őket az alacsonyabb áraikkal és gyorsabban cserélődő, folyamatosan változó árukészletükkel.
Feladathoz felhasznált képek	

2.2. Fiktív multicég

4-5 fős csoportokban alkossátok meg egy fiktív cég vezetőségét! Vállalatotok profiljának megfelelően egyezzetek meg egy térségben/településben ahová Magyarországon a leányvállalatotokat telepíteni szeretnétek!

Feladat leírása	4-5 fős csoportokban a diákok egy multicég vezetőségét alkotják. Kitalálják, hogy milyen profillal rendelkezik a vállalatuk és ehhez keresniük kell Magyarországon egy helyet, amelynek a telepítési tényezői a legjobban passzolnak, hogy a leányvállalatukat oda helyezzék. Pro-kontra érveket kell gyűjteniük, majd azok alapján meg kell egyezni egy adott településben vagy legalább is térségben. A feladatra 15 perc áll rendelkezésükre, majd meg kell osztaniuk ezt a többi csoporttal is.
Feladat célja	Az érvelés fejlesztése, ezáltal a diákok kommunikációs kompetenciájának fejlesztése. Mivel konszenzusra kell jutniuk a vállalatuk telephelyének kérdésében, ezért a szociális kompetenciájuk is fejlődik. A helyzetgyakorlat által a beleélőképességük és az empátiájuk is fejlődik.

2.3. Helyzetgyakorlat

Játszatok el egy kisvárosi lakossági gyűlést! Válasszatok magatoknak szerepeket és érveljetek annak megfelelően, hogy szeretnétek-e, hogy a városotokba egy multicég településjön!

Feladat leírása	A diákok egy adott kisváros lakossági fórumát játszák el. Megtudják, hogy a városukba egy multi cég akar települni. Mindenki választhat magának egy szerepet (pl. kisbolt tulajdonosa, polgármester, helyi nyugdíjas, fiatal egyetemista) és annak megfelelően kell érvelnie és vitatkoznia a többiekkel, hogy miért jöjjön vagy ne jöjjön a városukba a cég. A feladat tetszőleges hosszúságú lehet, a diákok fantáziája és beleélése húzza meg a határt.
Feladat célja	Beleélőképesség fejlesztése, kommunikációs kompetencia fejlesztése, empátia fejlesztése a szerepek által.
Lehetséges válaszok	*Polgármester:* Jó a városunkak, ha a cég ide települ, mivel jobban bekerülünk a gazdasági életbe, fejlődni fog a településünk és környezetünk infrastruktúrája *Vendéglátós*: Több turista és dolgozó fog nálunk megfordulni, tehát több lesz a bevételünk *Kisbolt tulajdonosa:* Alacsony áraival ellehetetleníti majd a családi vállalkozásunkat *Fiatal:* Munkalehetőség teremtődik a városunkban, talán kevesebben fognak elköltözni innen.

2.4. Plakátkészítés

4-5 fős csoportokban készítseket csalogató plakátot, amivel meggyőztök egy általatok kitalált multicéget, hogy a városotokba településjön!
A feladatra 15 perc áll rendelkezésetekre!

Feladat leírása	4-5 fős csoportokban csalogató plakát készítése. A plakáton feltüntethetik valamilyen formában a kedvező telepítési tényezőket. A feladatra 15 perc áll rendelkezésetekre, majd minden csoport bemutatja a többinek a munkáját.
Feladat célja	Kreativitás fejlesztése, beleélőképesség fejlesztése, szociális kompetencia fejlődése az együttműködés által, kommunikációs kompetencia fejlődése a közös munka során.

Lehetséges válaszok	Telepítési tényezők hangsúlyozása: ● kedvező éghajlat ● bőséges vízellátottság ● kedvező domborzat ● szorgalmas és fiatal munkaerő ● kedvező adózási feltételek
Szükséges eszközök	A/3-as papír, színes filcek