



Građanski odgoj i obrazovanje  
Modul

# ZAŠTITA POTROŠAČA

priručnik za učitelje



Europska Unija, Pretpristupni program pomoći Hrvatskoj  
CARDS 2004. – Projekt zaštite potrošača



**Agencija za odgoj i obrazovanje**  
Education and Teacher Training Agency

#### NAKLADNIK

Agencija za odgoj i obrazovanje  
Donje Svetice 38, 10000 Zagreb  
www.azoo.hr

#### ZA NAKLADNIKA

Vinko Filipović, prof.

© Agencija za odgoj i obrazovanje

#### UREDNIK

Miroslav Mićanović

#### PRIRUČNIK PRIREDILI

Klaus Berger, Renata Horvat, Nevenka Lončarić-Jelačić, Hildegard Mackert,  
Snježana Kegel, Dragana Rakonca, Snježana Romić

#### PRIJEVOD

Samir Memić, prevoditelj na CARDS 2004. Projektu zaštite potrošača

#### ILUSTRACIJE

Ivana Gorički

#### NASLOVNICA I GRAFIČKA PRIPREMA

Teovizija, Zagreb

#### TISAK

Denona, Zagreb

CIP zapis dostupan u računalnom katalogu Nacionalne i  
sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 721879

Pripremljeno u Agenciji za odgoj i obrazovanje  
Tiskano u Hrvatskoj 2009.

Ova publikacija izrađena je uz pomoć Europske Unije. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Agencije za odgoj i obrazovanje i ni na koji se način ne može smatrati da odražava gledišta Europske Unije.

This publication has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of the Education and Teacher Training Agency and can in no way be taken to reflect the views of the European Union.

Sva prava pridržana. Obrasci u ovome tekstu mogu se umnožavati u svrhu poučavanja. Umnožavanje ili prenošenje ovog rada u bilo kojem obliku ili na bilo koji elektronski, mehanički ili drugi način, dosada poznat ili koji će biti izumljen, uključujući i preslikavanje ili snimanje, i upotreba ovog rada u bilo kojem obliku i sustavu pohrane i povrata podataka zabranjeno je bez prethodnog pismenog dopuštenja nositelja izdavačkog prava.

Građanski odgoj i obrazovanje

Modul

# ZAŠTITA POTROŠAČA

priručnik za učitelje

Agencija za odgoj i obrazovanje  
Zagreb, 2009.



*Modul odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača* sastavni je dio Nacionalnog programa odgoja i obrazovanja za ljudska prava koji je donijela Vlada Republike Hrvatske (1999) i posebnom odlukom obvezala Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa na primjenu u odgojno-obrazovnom sustavu. Sastavni je dio građanskog odgoja i obrazovanja koji je utvrđen *Nacionalnim okvirnim kurikulumom za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno obrazovanje u osnovnoj i srednjoj školi* (2009). Izrađen je u skladu s *Nacionalnim programom Vlade Republike Hrvatske za promicanje i zaštitu ljudskih prava* (2007–2010), s *Nacionalnom strategijom za stvaranje poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva* (2006–2011), *Zakonom o zaštiti potrošača*, *Nacionalnim programom zaštite potrošača za razdoblje 2009.–2012.* i drugim odgovarajućim dokumentima.

Uz Nacionalni program odgoja i obrazovanja za ljudska prava i demokratsko građanstvo tijekom godina razvijeni su brojni moduli i projekti konkretne primjene takvog odgoja u školi i povezivanja škole s lokalnom zajednicom: Modul odgoja za mir i nenasilno rješavanje sukoba, Mreža učitelja i učenika miritelja, Modul razvoja društvene solidarnosti, Humane vrednote i humanitarno pravo, Osnove demokracije: vlast, pravda, odgovornost, privatnost, Socijalni projekti škole i lokalne zajednice, Zakon u razredu i simulacija suđenja, Prevencija trgovanja ljudima, Razvoj karaktera, identiteta i interkulturalnosti, Suzbijanju stereotipa i predrasuda, Modul zaštite i promicanja ravnopravnosti spolova.

Izrada ovog modula pokrenuta je u okviru Pretpristupnog programa pomoći Europske Unije Hrvatskoj pod nazivom CARDS 2004. *Projekt zaštite potrošača*.

Institucionalni okvir za ostvarivanje toga projekta su Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa te Ministarstvo gospodarstva. Nositelj je izrade *Modula odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača* Agencija za odgoj i obrazovanje u suradnji sa stručnjacima za zaštitu potrošača iz Njemačke Klausom Bergerom, Evom Guenther, Hildegard Mackert, kojima zahvaljujemo na brižnoj suradnji i pomoći.

Zahvaljujemo i voditeljima stručnih vijeća za demokratsko građanstvo koji su sudjelovali u izradi kurikuluma, priručnika i udžbenika darujući svoje slobodno vrijeme za razvoj ovog modula (osnovna škola: Snježana Romić, Renata Horvat, Dragana Rakonca, Snježana Kegel; srednja škola: Vera Hrvoj, Željka Travaš, Zorislav Jelenčić, Jasna Kraljić Cmrk, Natalija Palčić te viši savjetnici iz Agencije za odgoj i obrazovanje mr. sc. Tomislav Ogrinšak, a iz Agencije za strukovno obrazovanje Elisabetta Fortunato.) Podršku u radu pružale su nam Ruža Meker, načelnica u Ministarstvu gospodarstva, rada i poduzetništva, Gordana Zoretić, načelnica u Ministarstvu uprave Republike Hrvatske i Jasna Tomić, bivša savjetnica AZOO, a sada na dužnosti u hrvatskom veleposlanstvu u Londonu, kojima također zahvaljujemo. U radu smo se koristili iskustvima iz Hrvatske, a koristili smo i preuzeli neke informacije iz europske elektronske baze DOLCETA s materijalima iz raznih europskih zemalja za obrazovanje o zaštiti potrošača: <http://www.dolceta.eu>

Materijale je preveo Samir Memić, prevoditelj na CARDS 2004. Projektu zaštite potrošača.

Zahvaljujemo svima koji su pridonijeli izradi kurikuluma, udžbenika, i priručnika o zaštiti potrošača, a učenicima želimo da s radošću stječu važne životne vještine, znanja i stavove kroz igru, otkrivanje, istraživanje i sudjelovanje.

Voditeljica izrade Modula  
Nevenka Lončarić-Jelačić



Zašto je hrvatskom društvu potreban odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača i na koji se način obrazovanje za zaštitu potrošača može integrirati u nacionalni kurikulum? Koje veze postoje prema konceptu „Demokratsko građanstvo i ljudska prava“? Doprinosi li dakle obrazovanje potrošača demokratizaciji društva?

Obrazovanje uvijek započinje s pitanjem: Koje su slabosti potrošača, koje su im kvalifikacije potrebne da bi mogli autonomno i samostalno rješavati svoje probleme? S vremenom su problemi s kojima su suočeni potrošači u potrošačkim društvima postajali sve opsežniji. To je dovelo do situacije da su zadaci, koje je na području odgoja i obrazovanja potrošača valjalo svladati, postajali sve veći.

## Profil potrošača 21. stoljeća

U 21. stoljeću potrošači i ponašanje potrošača u središtu su gospodarskog i političkog života zato jer obrasci potrošnje imaju velik utjecaj na društvo, gospodarstvo i tržište rada.

Sve zemlje članice Europske Unije zainteresirane su za provedbu odgovarajuće osnovne edukacije o potrošačkim temama za sve svoje građane, zbog socijalno-političkih i ekonomskih razloga. Takva vrsta edukacije predstavlja pošteniji odnos snaga između pružatelja usluga i potrošača u pitanjima informiranja potrošača.

## Dobrobiti za pojedinca i društvo

Važna je osposobljenost potrošača da radi dobre izbore prema mogućnostima i potrebama uz prihvaćanje posljedica vlastitih izbora. Obrazovani i informirani potrošači mogu donositi vlastite odluke koje su održive glede zdravstvenih, gospodarskih, socijalnih i političkih posljedica njihova potrošačkog ponašanja.

## Odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača i perspektiva potrošača

Obrazovanje za zaštitu potrošača ne smije se nametati potrošačima, zabrane i naredbe ne bi trebalo izricati. Svrha odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača nije da bude poticaj da se kupuje više, a ni da bude pomoć u odlučivanju koji proizvod kupiti: odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača nije vodič za samoodricanje od kupovine!

**Odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača temeljna je komponenta općeg odgoja i obrazovanja, koja bi trebala pružati potporu potrošačima u njihovim nastojanjima da organiziraju svoje svakodnevne aktivnosti na održiv način te da pažljivo postupaju s postojećim dobrima. U smislu obrazovanja za zaštitu potrošača to znači da:**

1. individualni potrošači trebaju posjedovati znanja o pitanju potrošačkih dobara i usluga,
2. potrošači trebaju imati osnovni uvid u vrijednosti koje se odnose na potrošnju te mjerila vrijednosti,
3. potrošači moraju biti svjesni socijalne funkcije potrošnje te posjedovati osnovno znanje o međuovisnoj ulozi potrošača i socijalnih veza između gospodarstva i potrošnje.

Međutim, gore navedene teme nisu dostatne: svijest o vlastitim vrijednostima, promišljanje o vlastitom potrošačkom ponašanju te dobivena znanja moraju **dovesti do promjena u ponašanju potrošača.**



## Svrha odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača

*Svrha je odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača promoviranje razumijevanja struktura i sustava koji djeluju na tržištu da bi se razvio stabilan, zdrav, održiv građanski životni stil.*

*Dokazano je da mnoge odrasle osobe ne samo da nisu svjesne načina na koji njihove individualne potrošačke navike mogu utjecati na gospodarstvo, okoliš i društvo, nego i da mnogi nisu odgovarajuće opremljeni za učinkovito sudjelovanje u funkcioniranju tržišta.*

*Odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača ima za cilj potaknuti pojedince da na osobnoj razini promišljaju i donose vrijednosno utemeljene odluke vezano za svoje potrebe i želje. Obrazovanje također može pomoći pojedincima u donošenju odluka koje će voditi računa o zaštiti općeg dobra. Obrazovanje za zaštitu potrošača ima za cilj pomoći ljudima da donose informirane odluke.*

## Razvoj modela odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača u Europi

Koncept obrazovanja za zaštitu potrošača mijenjao se i razvijao tijekom godina. Do tih je promjena došlo jer se tijekom godina mijenjala i percepcija o ekonomskoj i pravnoj situaciji potrošača odnosno o njihovoj ugroženosti:

- **Potrošač kao ŽRTVA:** Obrazovanje potrošača bilo je usmjereno (kao nadopuna onoga što je zajamčeno u okviru zakona o zaštiti potrošača) na pružanje informacija o najboljem moguće odnosu cijena i usluga, o postizanju tržišne transparentnosti, o testiranim proizvodima itd.
- **Potrošač kao MANIPULIRANO BIĆE:** Područje obrazovanja potrošača moralo se pozabaviti opasnostima koje prijete iz oglašavanja, pogrešne procjene odnosa želja i potreba te „demonstrativne potrošnje“ (dakle potrošnje kojom osoba izgrađuje svoj identitet).
- **Potrošač kao POLITIČKO BIĆE:** Nakon sindikalnih pokreta na dnevni su red došla i pitanja zajedničkog potrošačkog djelovanja, na primjer: bojkot pojedinih trgovaca ili proizvođača, solidarno traženje prava, ciljano davanje prednosti odgovornim trgovcima itd. Obrazovanje potrošača više nije bilo samo ekonomske i pravne naravi, već se pretvorilo i u političko obrazovanje. Odjednom su počeli izlaziti potrošački vodiči kao pomoć u kupovini, koji primjerice pružaju informacije o tome koliko žena radi na rukovodećim pozicijama u poduzećima, koriste li se nuklearna energija, plaća li dotični poduzetnik svojim zaposlenicima socijalne doprinose u dostatnoj visini itd. Kada se danas u Njemačkoj testiraju proizvodi, ponekad se usput „testira“ i socijalna i politička odgovornost poduzeća. Ovdje zasigurno postoji poveznica prema konceptu „Demokratsko građanstvo i ljudska prava“.
- **Potrošač kao AKTER:** Početkom osamdesetih godina prošlog stoljeća s rastućom je masovnom potrošnjom kod građana rasla i svijest o neprestanom razaranju prirode i ograničenosti prirodnih resursa. Potrošači zapadnog svijeta velikim su dijelom izravno ili neizravno sudjelovali u uništavanju prirode. Nju je sada valjalo zaštititi od beskrajnog izrabljivanja koju joj nanosi čovjek. Valjalo je dakle u tu svrhu stvoriti posve nove, odgovorne obrasce ponašanja. Područje odgoja i obrazovanja potrošača dobilo je naime novi zadatak, ono je moralo dati doprinos da bi se postigla promjena stavova te orijentacija prema novim vrijednostima i drugačije ponašanje. No, na koji se način mijenjaju stavovi, stajališta, vrijednosti? U nastavku više o tome.

U opisanom procesu stare teme nisu zamijenjene novima, već su nadopunjavane jer i danas postoje potrošači koji su postali žrtve beskrupuloznog posrednika nekretnina, potrošači kao manipulirana bića modnih kreatora, kao politička bića, ali i kao počinitelja. Međutim, često se nalaze istodobno u svim ulogama.

## Koji se didaktički model odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača najbolje uklapa u koncept „demokratsko građanstvo i ljudska prava“?

Prema međunarodnim studijama i preporukama sabranima u europskoj elektronskoj bazi DOLCETA (<http://www.dolceta.eu>) obrazovanje za zaštitu potrošača zasniva se na modelu obrazovanju usmjerenom na razvoj kompetencija za zaštitu potrošača (u daljnjem tekstu KOZP)<sup>1</sup>. U tom je modelu kompetencija definirana kao **kombinacija znanja, vještina i stavova prikladnih za određenu situaciju**.

Da bismo obrazovali čovjeka, potrebna nam je predodžba o tome kakav bi on u idealnom slučaju trebao biti. Potrebna je dakle takozvani „model uloga“ kakav je sadržan u konceptu EU-a „Građanski odgoj i obrazovanje potrošača“<sup>2</sup>. Prednost ovog koncepta jest u tome što se odlično uklapa u hrvatski program „Demokratsko građanstvo i ljudska prava“. On povezuje klasične elemente obrazovanja potrošača (tržišna transparentnost, refleksija o željama i potrebama, orijentacija prema vlastitim financijskim mogućnostima itd.) s konceptima održive potrošnje i političkog obrazovanja.

Model usmjeren na razvoj kompetencija stavlja učenika u središte, učitelji imaju ulogu moderatora. Potrebno je razviti ključne kompetencije u odgovarajućim područjima kao što su: zdravlje, upravljanje financijama, odgovorna potrošnja.

Nastavni procesi koji imaju za cilj stjecanje kompetencija zahtijevaju

- jasnu analizu potreba učenika
- utvrđivanje njihova predznanja
- odabir nastavnih sadržaja koji imaju veze sa svakodnevnim životom učenika
- ponudu tema i aktivnosti (znanja, informacija) da bi se steklo znanje, ali i razvile vještine i da bi se potom provjerili, stekli i promijenili stavovi
- odabir motivirajućih tehnika rada (igranje uloga, socijalni projekti škole i lokalne zajednice po metodi „Projekt građanin“, terenske studije, kazalište)

## Na koji način možemo u nastavi prenijeti VRIJEDNOSTI?

Da bismo prenijeli navedene kompetencije u nastavi, potrebno je prenijeti ZNANJE, uvježbati DJELOVANJE, razviti VRIJEDNOSTI i STAVOVE. Ova su tri elementa kompetencije povezana na način da se manifestiraju u konkretnom PONAŠANJU. U konkretno ponašanje ulazi dakle postojeće znanje, usvojen repertoar djelovanja te nadasve i vrijednosti kao instrument upravljanja. Dok se znanje i sposobnost za djelovanje mogu prilično lako razviti odnosno proširiti, pitanje RAZVOJA VRIJEDNOSTI čini se prilično teškim. U ovom kontekstu u nastavku navodimo sljedeće teze:

- Orijehtacija prema vrijednostima rezultat je dugoročnih razvojnih procesa.
- Što je čovjek mlađi to mu je lakše razviti stav ili vrijednost što ujedno pruža priliku da primjerice učenici iz škole prenose nove vrijednosti svojim obiteljima.
- Na vrijednosti se može utjecati i informacijom i slikom (posljedice potrošnje zapadnog svijeta za kišnu šumu, rad djece, eksploataciju radnika na plantažama, ubijanje mladunčeta tuljana itd.).
- Na vrijednosti se može utjecati i novim pokusnim djelovanjem.

<sup>1</sup> Izvorni je naziv COBACE – **CO**mpetance **BA**sed Model for **C**onsumer **E**ducation

<sup>2</sup> Consumer Citizenship Education

- Moraju postojati alternative za problematično ponašanje, koje su „etičnije“.
- Alternative moraju za pojedinca nositi sa sobom dodatnu korist (ušteta novca, poboljšanje zdravlja, uz novo ponašanje pojavljuje se i „dobar osjećaj“).
- Prednosti alternativnog ponašanja moraju biti vidljive za osobe koje su pogođene problematičnim djelovanjem, za zaštitu okoliša i za održiv razvitak (npr. za radnike na plantažama, djecu koja rade na uzlanju sagova, za preživljavanje mladunčadi tuljana itd.).
- Puki moralni pozivi u pravilu ništa ne vrijede.

**Iako se još uvijek u nekim teorijama postavlja pitanje smije li školi uopće biti dopušteno da utječe na vrijednosti ili se pritom u prevelikoj mjeri ulazi u osobnost učenika, suvremeni pristupi odgoju i obrazovanju utemeljeni na razvoju kompetencija uz znanja i vještine jasno utvrđuju i vrijednosti koje se u odgojno-obrazovnom procesu trebaju razvijati.<sup>3</sup>**

Međutim, valjalo bi kritički preispitati prijedloge o primjeni marketinških metoda utjecanja na području obrazovanja, budući da se polje marketinga često služi metodama nesvjesnog utjecanja. Obrazovanje bi naprotiv trebao biti stalno otvoren, a za uključene osobe u svakom trenutku razumljiv proces.

Metode pružanja informacija o posljedicama određenog djelovanja, uvjeravanje, prikazivanje, predstavljanje modela, objavljivanje izvješća o osobama koje su pogođene problematičnim djelovanjem, o uništavanju okoliša i dovođenju u pitanje održivog razvitka, poticanje suosjećanja važni su metodološki instrumenti kojima se može utjecati na vrijednosti da bi se kod ciljane skupine postiglo odgovorno ponašanje.

## Koje ciljeve slijedi odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača?

- **Kritička svijest:** Potrošači moraju naučiti razlikovati između potreba i želja, kako postavljati pitanja o cijeni, dostupnosti i kvaliteti robe i usluga.
- **Djelovanje i uključenost:** Kada potrošači jednom steknu znanje i svijest, bit će u stanju uvjerljivo djelovati i moći će biti sigurni da se čuje njihov glas.
- **Solidarnost:** Najdjelotvornije postupanje potrošača ostvaruje se kada se udruže skupine građana. Naime takve skupine u zajednici stječu snagu i utjecaj, a to je jamstvo da će se potrošačkim interesima pokloniti dužna pozornost.
- **Ekološka odgovornost:** Potrošači moraju biti svjesni utjecaja svojih odluka na okoliš kao i mogućih konflikata između njihovih želja za posjedovanjem predmeta i razaranju okoliša.
- **Socijalna odgovornost:** Potrošači bi trebali brinuti i imati osjećaj za društvenu zajednicu, trebali bi biti svjesni utjecaja svojih djelovanja na druge građane u vlastitoj zemlji ili čak drugim zemljama.

## Koje su teme vezane za odgoj i obrazovanje o zaštiti potrošača?

Središnje su teme obrazovanja za zaštitu potrošača one teme koje su važne za svakodnevni život te koje za cilj imaju razvoj sljedećih temeljnih kompetencija:

- kompetencije iz područja zdravlja (prehrana, kretanje, slobodne vrijeme...)
- kompetencije iz područja financija (izrada proračuna, sprječavanje nastajanja dugova, džeparac...)

<sup>3</sup> Opširnije u dokumentu Europski okvir za razvoj ključnih kompetencija: [www.azoo/projekti/](http://www.azoo/projekti/)

- kompetencije iz područja medija (mobilni telefoni, kupovina putem interneta...)
- kompetencije iz područja informacija (cjeloživotno učenje; postupanje s informacijama...)
- kompetencije iz područja sigurnosti (sigurnost u korištenju proizvoda i usluga, hrana, higijena)
- pravne kompetencije (poznavanje prava potrošača i njihovo korištenje)
- kompetencije iz područja kupovanja (ovisnosti, utjecaji, potrebe...)
- kompetencije iz područja zaštite okoliša i održivog razvoja (globalizacija, resursi...)

## Koje kompetencije trebamo razviti odgojem i obrazovanjem za zaštitu potrošača?

Građani svoje svakodnevne „potrošačke situacije“ rješavaju kombiniranjem znanja, stavova i vještina koje posjeduju, na integriran način, odnosno, kada je osoba primjerice suočena s odlukom treba li se kockati ili ne korištenjem interneta, radi se zapravo o kombinaciji znanja, vještina i stavova prema toj aktivnosti koja će ga dovesti do toga da odluči što, kako i zašto nešto napraviti.

Zasnivanje procesa poučavanja i učenja na razvoju kompetencija obuhvaća kombiniranje teorijskih znanja, stavova i praktičnih vještina učenika na integriran način, na isti onaj način kako se to događa u „stvarnom životu“.

Pristupi održavanju nastave i učenju odnose se na specifične tehnike koje nastavnik koristi tijekom nastavnog procesa. Koji god pristup da se koristi, potrebno je uzeti u obzir da **pružanje informacije nije dovoljno. Stoga pristupi učenju trebaju biti utemeljeni na aktivnim metodama učenja i poučavanja, na uključenosti učenika umom, srcem i rukama, na povezanosti sa stvarnim životnim situacijama.**

U kompetencijski usmjerenom odgoju i obrazovanju učenik ima aktivnu ulogu kroz iskustveno, praktično, životno usmjereno učenje. Uloga je nastavnika da bude moderator takva učenja koje omogućava integriranje znanja, vještina i stavova.

*Svaki odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača prema europskom kompetencijski usmjerenom modelu (KOZP) ima **temeljne kompetencije potrošača** koje je potrebno ostvariti. Kompetencije koje se trebaju razviti obrazovanjem za zaštitu potrošača moguće je grupirati u nekoliko različitih područja:*

- područje zdravlja
- područje upravljanja financijama
- područje usluga i socijalne odgovornosti
- područje zaštite okoliša i održivog razvoja

Svaka od temeljnih kompetencija potrošača ima sebi pridružene specifične rezultate učenja. Rezultati učenja odnose se na očekivane rezultate koji će biti ostvareni nakon provedbe specifične aktivnosti obrazovanja za zaštitu potrošača. U ovisnosti o dobi ili posebnosti ciljane skupine, rezultati učenja koji se ostvaruju mogu biti različiti. S obzirom na to da kompetencije kombiniraju znanje, vještine i stavove, primjereno je da se i rezultati učenja podijele prema ova četiri elementa.

Model odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača dijeli se u četiri područja kroz koja učenici stječu odgovarajuće kompetencije.	
<b>Područje zdravlja</b>	
Učenici će moći	
Razlikovati informacije i reklame za hranu i prehrambene proizvode te ih ocijeniti.	Razumjeti i primijeniti potrošačko znanje prema osobnim zdravstvenim potrebama te demonstrirati samouvjerenost i prikladno korištenje potrošačkih prava.
<b>Područje upravljanja osobnim financijama</b>	
Učenici će moći	
Raditi proračune za upravljanje osobnim financijama, ocjenjivati posljedice pri donošenju financijskih odluka te se učinkovito baviti potrošačkim pitanjima.	Napraviti individualnu procjenu rizika prije kupovine te demonstrirati razumijevanje rizika, sigurnosti i potrošačke odgovornosti.
<b>Područje usluga i socijalne odgovornosti</b>	
Učenici će moći	
Promišljati o ulozi potrošača u korištenju privatnih i javnih usluga te demonstrirati potrošačku odgovornost u korištenju i razvoju privatnih i javnih usluga.	Prepoznati razliku između privatnih i javnih usluga, prepoznati utjecaj potrošača na kvalitetu i dostupnost pružanja usluga, prepoznati utjecaj privatizacije javnih usluga na živote potrošača.
<b>Područje zaštite okoliša i održivog razvoja</b>	
Učenici će moći	
Promišljati i razumjeti individualne potrošačke obrasce te analizirati njihove učinke na globalno društvo, okoliš i kvalitetu individualnog života.	Razlikovati različite koncepte za kvalitetu proizvoda (sa stajališta proizvođača, trgovaca i potrošača) te aktivno promovirati održivost zaganjivanjem interesa i mogućnosti izbora.

Model odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača zasnovan na razvoju kompetencija moguće je razvijati u sklopu formalnog obrazovanja te u sklopu aktivnosti neformalnog i informalnog cjeloživotnog učenja za bilo koju dobnu skupinu ili specifičnu ciljanu skupinu.

## Kako integrirati odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača u nastavni proces

### *Integriranje odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača u kurikulum*

Integriranjem obrazovanja za zaštitu potrošača u školski kurikulum omogućava se povezivanje pojedinih predmeta sa stvarnim životom, da se treniraju vještine i usvajaju stavovi zajedno sa znanjem o predmetu. Integrirajući kurikulum odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača komplementaran je s predmetima kroz različite moguće metode.

### **Primjeri mogućih pristupa:**

<b>Model 1</b>	Didaktičke jedinice unutar obaveznog školskog predmeta:  Npr. matematika: obuka za vještine o organizaciji i upravljanju džeparcem, priroda i društvo, biologija: pravilna prehrana...
<b>Model 2</b>	Projekt se bavi temama uglavnom sa stajališta obrazovanja za zaštitu potrošača: u fokusu su ciljevi i sadržaj obrazovanja za zaštitu potrošača, ali se također uključuju sadržaji iz predmeta kao što su geografija, psihologija ili povijest.  Tema koja se proteže u nekoliko kurikuluma obrađuje se u različitim predmetima u sklopu podtema. U našem primjeru obrađuju se podteme kao što su gospodarski koncepti, život u centru grada, aktivnosti u slobodno vrijeme itd.
<b>Model 3</b>	Projektom se pokrivaju elementarni predmeti u sklopu kurikuluma kao i elementi specifični za obrazovanje za zaštitu potrošača:  Projekt na temu energije: razmatraju se aspekti relevantni sa stajališta potrošača, npr. kako štedjeti energiju, usluge dobavljača energije. Može se koristiti metodologija socijalnih projekata – Projekt građanin. Priručnik Projekt građanin može se pribaviti od Agencije za odgoj i obrazovanje, učitelja županijskih koordinatora za demokratsko građanstvo ili na internetskim stranicama Agencije <a href="http://www.azoo.hr/projekti/nacionalni">www.azoo.hr/projekti/nacionalni</a> programi
<b>Model 4</b>	Obrazovanje za zaštitu potrošača vrši se jednokratnom aktivnošću (npr. održavanje radionice)

Teme kao što su *prava potrošača, potrošačko građanstvo, zdravstvene mjere predostrožnosti, kvaliteta i sigurnost proizvoda, gospodarski odnosi te održivost* lako se mogu integrirati u mnoge školske predmete. Mnoge od ovih tema specifičnih za predmet moguće je prilagoditi da bi se integriralo obrazovanje za zaštitu potrošača.

Za integraciju obrazovanja za zaštitu potrošača potrebno je pomno planiranje te spremnost na suradnju od strane nastavnika da bi se izbjegla ponavljanja i preklapanja.

### **Dan potrošača u odgojno-obrazovnoj ustanovi**

Svake godine bira se nova specifična tema iz područja obrazovanja za zaštitu potrošača kao tema na kojoj će raditi sve kategorije učenika. Moguće je pozvati i predstavnike zajednice. Također je moguće provesti testiranje stručnosti nastavnika te ga koristiti u tečajevima za obrazovanje odraslih. U koncept je također moguće uključiti regionalna poduzeća.

(vidi: Prilog 1)

### **Druge aktivnosti**

Kao poticaj za odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača u školi Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva može pokrenuti aktivnosti zajedno s Ministarstvom znanosti, obrazovanja i športa (Hrvatska udruga za zaštitu potrošača – [www.huzp.hr](http://www.huzp.hr)).



## Smjernice za učitelje

Primarni je cilj odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača da se pomogne potrošačima u donošenju informiranih, racionalnih odluka na tržištu. Nadalje, potrošačima su potrebne vještine za snalaženje i ocjenjivanje marketinških i oglašivačkih poruka te za upravljanje svojim resursima i vršenje utjecaja na društvene i gospodarske promjene. Međutim, važno je da se ocijeni prikladnost dostupnih materijala.

Odgovornost za odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača nadilazi granice sustava obrazovanja. Nastavnici dijele odgovornost s ukupnim društvom te njegovim institucijama – uključujući poslovni sektor, državnu upravu i udruge potrošača. Izrada i distribucija materijala za potrošače jedan je od načina da se ova odgovornost ispuni.

Obrazovanje za zaštitu potrošača i informativni materijali mogu biti u obliku letaka, brošura, video spotova, kućnih tečajeva, televizijskih programa, računalnog softvera, web-stranica, zidnih plakata ili u bilo kojem drugom tiskanom ili audio/vizualnom formatu. Materijali se izrađuju za različite načine isporuke obrazovanja, kao što su školske učionice, programi strukovne izobrazbe, kablovska televizija, *community* stranice, informativni ekrani, liste za izravno slanje poruka, ponude u sklopu prodajnih mjesta te interaktivna tehnologija.

Odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača također mogu pomoći građanima i neprofitnim skupinama da djeluju u učinkovitom partnerstvu.

## Primjeri aktivnosti za učenike

Aktivnosti predstavljaju „timski rad“ te je djecu najbolje podijeliti u grupe prema miješanim sposobnostima, pri čemu djeca mogu pronaći uloge koje najbolje odgovaraju njihovim sposobnostima i interesima.

Priroda je aktivnosti takva da ju je moguće rasprostraniti kroz nekoliko tjedana da bi se uključilo roditelje putem domaćih zadaća, da bi se omogućilo dodatno vrijeme za dublje istraživanje te dodatno razrađene prezentacije, moguće uz upotrebu programa PowerPoint ili drugu upotrebu informatičkih vještina.

Aktivnosti najbolje funkcioniraju kada postoji publika kojoj se prezentira, u idealnoj situaciji to bi bio netko koga djeca ne poznaju tako dobro (netko od roditelja, poslovni partner ili upravitelj).

Za aktivnosti učenika poželjno je koristiti udžbenik za učenike. Okvir „Ideje za rad“ iz udžbenika prate radionice iz priručnika.

**Način provođenja:** Međupredmetno provođenje, integrirani nastavni dani, projekti, igraonice – igre uloga

### Svrha i zadaće

Učenici će razviti pravilan odnos prema prehrani, postati ekološki osviješteni, osposobljeni za zaštitu potrošačkih prava i steći socijalnu, građansku i poduzetničku kompetentnost

Učenici će:

- znati zašto čovjek jede
- biti osposobljeni razlikovati zdravu i nezdravu hranu
- moći prepoznati utjecaj nezdrave hrane na zdravlje
- steći sklonost k zdravoj hrani i steći stav o izbjegavanju nezdrave hrane
- razumjeti važnost vitamina i steći sklonost k njihovu korištenju u prirodnom stanju iz namirnica
- znati što u prirodi utječe na kvalitetu hrane
- znati da na proizvodu postoje podaci o njemu – obavijest o proizvodu i što ti podaci znače
- znati da za kupljeni proizvod treba dobiti račun i moći ga tražiti
- znati da se proizvod može reklamirati i moći to učiniti
- poznavati svoja potrošačka prava i odgovornosti i biti osposobljeni za njihovo ostvarivanje

Ključni pojmovi: zdravlje, bolest, prehrana, namirnice, voće, povrće, meso, prodavanje, kupovanje, račun, reklamacija, zakonske odredbe

Teme:

1. Namirnice: voće, povrće, meso

Istražiti: – kako su uzgojene

- prodaja i kupnja namirnica
- račun
- podrijetlo (deklaracija)
  - reklamacija – molbe, žalbe
  - rok trajanja
  - zakonski okviri
  - uzgoj u zavičajima (vrste tla)

2. Vitamini u voću i povrću



3. Piramida pravilne prehrane
4. Čuvanje namirnica i kvarenje: pokusi
5. Način prehrane: kroz povijest, po regijama, neobična hrana u drugim kulturama
  - način pripreme i običaji
  - školska prehrana (jelovnici), prehrana sportaša
    - troškovi namirnica za obrok, dan, tjedan, jelovnici
    - izračuni, grafikoni
6. Bonton – ponašanje za stolom, serviranje, druge kulture
7. Recepti – mjerne jedinice, količine
8. Propisi – kroz rad uz točke 1, 2, 4, 5

## Što je obavijest o proizvodu (1)

### *Razredna nastava*

**Cilj:** Učenici će upoznati svrhu obavijesti o proizvodu i naučit će koristiti podatak roka trajanja nekog proizvoda.

**Nastavna sredstva:** Prikupljene obavijesti o različitim proizvodima, papir, pribor za pisanje, flomasteri

Aktivnosti: radionica

### **Tijek nastave:**

1. Pred učenicima su obavijesti o različitim proizvodima. Učenici čitaju podatke na obavijestima o proizvodima i nakon toga razgovaramo o pročitanom. Što smo doznali? Zašto je bitno znati sastojke proizvoda?
2. Što je rok trajanja? Zašto taj podatak treba biti na proizvodima? Je li ti se kad dogodilo da si kupio/la proizvod kojemu je istekao rok trajanja? Što si tada učinio/učinila. Razgovor. U razgovoru dovesti djecu do zaključka da su za kupljeni proizvod dobili račun od prodavača.
3. Vodimo razgovor što se poduzima kada je prošao rok trajanja proizvoda. Učenici iznose svoja iskustva.
4. Račun i proizvod trebamo odnijeti u prodavaonicu gdje smo kupili proizvod. Što činimo? Što čini prodavač? Znaš li gdje možeš pronaći podatke o tome koja su tvoja prava i odgovornosti kao potrošača?
5. Potrošačka prava – upoznavanje sa Zakonom o zaštiti potrošača.
6. Podjela u skupine i traženje dijelove zakona koji govore o roku trajanja nekog proizvoda (čl. 109).
7. Izvještavanje po skupinama o pronađenim podacima.
8. Uopćavanje i zaključivanje o saznanjima.

*Zadatak za idući sat: skupiti što više obavijesti s različitih proizvoda koje često koriste.*

## Što je obavijest o proizvodu (2)

*Razredna nastava*

**Cilj:** Učenici će upoznati svrhu obavijesti o proizvodu, razumjeti i naučiti koristiti podatke s nje.

**Nastavna sredstva:** Obavijesti različitih proizvoda, papir, pribor za pisanje, flomasteri

Aktivnosti: radionica

### **Tijek nastave:**

Učenici su donijeli obavijesti s različitih proizvoda koje najčešće koriste.

Analiziramo proizvode i sortiramo ih u skupine ovisno o vrsti proizvoda.

Prehrambeni proizvodi (ako ih je puno, sortiraju se po vrstama – voće, povrće, kruh, pecivo, mesni proizvodi), igračke, proizvodi za osobnu higijenu, odjevni proizvodi...

Podjela u skupine i svaka skupina uzima jednu vrstu proizvoda.

### **Mogući zadaci za skupine:**

1. Koju vrstu proizvoda proučavate?
2. Što je zajedničko na obavijestima koje proučavate?
3. Ispišite sve sastojke koji su vam poznati. Objasnite ih.
4. Ispišite sastojke koji su vam nepoznati.
5. Ispišite kratice i brojeve.
6. Ispišite proizvođače i zemlje podrijetla proizvoda.
7. Ispišite rok uporabe (trajanje proizvoda) ako ga ima, a ako ga nema objasni zašto ga nema. Zaključite je li rok uporabe kratak, dug ili neograničen i zašto.
8. Je li naveden način uporabe i je li jasno napisan?

Po završenom zadatku skupine izvještavaju.

### **Završni razgovor:**

Što ste novo naučili proučavajući obavijesti o proizvodima? Tko piše obavijesti o proizvodima? Jesu li podaci s obavijesti točni? Što ćeš učiniti ako smatraš da podaci nisu potpuni ili su netočni?

Zašto je za potrošača važno znati pročitati i razumjeti obavijest o proizvodu.

*Zadatak kod kuće: Saznati što više o sastojcima koje ste pronašli na obavijestima o proizvodima.*

## Sastojci proizvoda koje koristimo

### 4. razred i predmetna nastava

**Cilj:** Učenici će upoznati svrhu obavijesti o proizvodu, razumjeti i naučiti koristiti podatke s obavijesti o proizvodu, upoznat će se sa sastojcima i njihovu utjecaju na čovjeka

**Nastavna sredstva:** Obavijesti s različitih proizvoda, papir, pribor za pisanje, flomasteri

**Aktivnosti:** radionica

**Tijek nastave:**

Učenici su dobili zadatak saznati što više o sastojcima navedenim u obavijesti o proizvodu.

Zadatak za skupine:

1. Proučiti sastojke i odrediti jesu li korisni ili štetni i zašto.
2. Napraviti ljestvicu poželjnih i nepoželjnih sastojaka i obrazložiti.
3. Napraviti ljestvicu poželjnih i nepoželjnih proizvoda i obrazložiti.

Nakon izrađenog zadatka skupine izlažu podatke i zaključke do kojih su došle.

**Završni razgovor:** Što ste novo saznali? Jesu li vas neki podaci iznenadili i zašto? Kako možemo zaštititi sebe kao potrošača (npr. od unošenja hrane na koju smo alergični)?

Što mislite znaju li vaši prijatelji iz škole ovo što ste vi doznali? Kako bismo to mogli saznati? Za idući sat razmislite koja biste pitanja postavili vršnjacima da saznate koliko oni znaju o sastojcima u proizvodima koje koriste.

## Koliko je voća u hrani koju koristimo?

*Razredna i predmetna nastava*

**Cilj:** Učenici će razmotriti na koji način oglašavanje utječe na njihov izbor i kako se to može odraziti na prehranu i zdrav život.

### Zadaće:

- Naučiti tražiti informacije o određenom proizvodu
- Upoznati se s načinom oglašavanja i pakiranja proizvoda
- Naučiti kritički razmisliti o posljedicama svojih odluka kao potrošača

**Nastavna sredstva:** Obavijesti s voćnih proizvoda (sokova, kompota, jogurta, sladoleda, keksi)

**Aktivnosti:** radionica

### Tijek nastave:

- Koliko voća jedete dnevno ili tjedno? Koje voće jedete, u kakvu obliku? Postoje li proizvodi koje nazivamo voćni proizvodi? Koji su to, koje najviše koristite?
- Što pomisliš kada na pakiranju nekog proizvoda vidiš sliku jagode, naranče ili sl.? Zašto kupuješ određeni proizvod?
- Jesi li se zapitao koliko je ustvari voća u tom proizvodu? Što misliš koliko je jagoda u soku od jagoda ili koliko je lješnjaka u sladoledu od lješnjaka?
- Gdje možemo saznati taj podatak? – Podjela u skupine. Svaka skupina proučava obavijesti i pakiranja voćnih proizvoda, zapisuje podatke u tablicu.

Ime i opis proizvoda (ima li sliku voća, koristi li se riječ „voćni“) – opis proizvoda na pakiranju, na ambalaži	Količina stvarnog voća u proizvodu (obično izražena u postocima na deklaraciji)

- Izveštavanje po skupinama: Jesu li slike i poruke na pakiranjima (ambalaži) u skladu s podacima na obavijesti? Objasnite svoje zaključke. Zašto proizvođači na pakiranja stavljaju slike voća? Što ste zaključili? Koje biste proizvode preporučili kao stvarno voćne, a koje ne? Koliko bi, po vašem mišljenju, trebalo biti voća u proizvodu da bi ga proizvođač mogao nazvati voćnim proizvodom?
- I vi ste potrošači koji kupujete određene proizvode. Jeste li naučili danas nešto novo? Hoćeš li i dalje koristiti te proizvode ili si promijenio mišljenje? Objasni! O čemu ovisi tvoja odluka? Koje su posljedice tvoje odluke da i dalje koristiš ili ne koristiš određeni proizvod?

### Mogući zadaci za daljnji rad i istraživanje:

- Skupljanje obavijesti i pakiranja voćnih proizvoda, proučavanje i upoznavanje simbola i podataka, što znače svi ti podaci
- Proučavanje uputa za alergičare – imaju li svi proizvodi istaknute podatke o mogućim alergijama da bi potrošač-alergičar mogao znati što je u proizvodu

- Što znači formulacija „s okusom jabuke“ – znači li to da u proizvodu ima ili nema jabuke?
- Je li sok s 5% voća voćni sok?

## Sastojci proizvoda koje koristimo – anketa

### 4. razred i predmetna nastava

**Cilj:** Učenici će saznati koliko okolina zna o sastojcima i njihovu utjecaju na čovjeka i kako se radi anketa.

**Nastavna sredstva:** papir, pribor za pisanje, flomasteri, fotokopije anketa

**Aktivnosti:** radionica

#### Tijek nastave:

Učenici su razmislili o pitanjima koja mogu postaviti vršnjacima da bi saznali koliko oni znaju o sastojcima u proizvodima koje koriste.

Učenici se upoznaju s pojmom i izgledom ankete.

Skupine osmišljavaju 3 do 5 pitanja koje će postaviti vršnjacima. Skupine prezentiraju pitanja i obrazlažu što njima žele dobiti. Sastavljamo zajedničku anketu. Ispisivanje i umnožavanje ankete.

Dogovor o provođenju ankete.

#### Sljedeće aktivnosti:

Provođenje ankete

Obrada podataka

Objavljivanje i prezentiranje podataka vršnjacima

Pokretanje inicijative za zaštitu prava potrošača na osnovi podataka dobivenih anketom

## Zdravi obroci tijekom dana

*Namjena – za učenike od 2. do 8. razreda – prilagoditi uzrastu*

**Cilj:** Upoznavanje učenika sa zdravom – zadovoljavajućom prehranom

#### Zadaće:

Istraživanje namirnica koje učenici vole jesti i njihova klasifikacija

Razlike između želja i potreba

Upoznavanje o tome gdje nalazimo informacije o proizvodu koje su važne za potrošače

Odrediti moguće troškove, načine štednje

**Vrijeme trajanja:** jedan do dva školska sata uz istraživanje izvan nastave

**Potreban pribor:** listići (tablice, slike, riječi), plakati, flomasteri, kuharice, internet, cijene

**Aktivnosti:** radionica

**Tijek nastave:**

1. Učenicima se postavlja pitanje što vole jesti, a što ne vole te upisuju u tablicu koja je na listiću.

VOLIM JESTI	NE VOLIM JESTI

U skupinama po četiri uspoređuju svoje zapise i traže zajedničku hranu. Skupina se dogovara i obrazlaže odgovore uzimajući u obzir svoja dosadašnja znanja o prehrani, o tome koja je hrana zdrava, koju vole ili ne vole jesti. Hrana koja nije zdrava zaokružuje se crvenom bojom.

2. Skupine dobivaju listiće s napisanim namirnicama i proizvodima koje će trebati svrstati u tablicu:

mlijeko, čaj, kakao, šećer, sol, kukuruz, riža, soja, pšenica, voćni sok, coca-cola, pileće meso, brašno, jaja, ulje, pašteta, jagode, jabuke, bijeli kruh, bio pecivo, krumpir, grašak, blitva, luk, ocat, rajčica, paprika, zelena salata, putar, pekmez, čokolada, sladoled

zdravo (potrebno)	nezdravo (volimo)

3. Crtanje namirnica koje posebno vole, a nisu zadane, nakon toga obrazlaganje sortiranih i nacrtanih namirnica i njihovih korisnosti.

4. Razgovor o razlici između želja i potrebe. Često nešto želimo jesti, kupiti, ali kupujemo ono što nam je dobro za zdravlje i razvoj.

*Na što treba obratiti pozornost kad kupujemo proizvode?* Obavijesti na proizvodu daju informaciju o sastojcima, proizvodnji, roku trajanja i čuvanja i na njih treba obratiti pozornost. Kad kupujemo proizvode dobivamo i čuvamo račun.

5. Skupine dogovaraju koje će namirnice rabiti za prehranu u jednom danu. Dogovaraju jelovnik u kojem će biti dogovorene namirnice po skupinama – četiri obroka (doručak, ručak, užina, večera).

Procjenjuju potreban iznos novaca – troškova za namirnice tijekom jednog dana.

6. Igra kupovine – istraživanje

Svaka skupina određuje kako i gdje će „kupovati“ namirnice (tržnica, trgovina, internet, supermarket... – selo, grad)

Traženje recepata za pripremu obroka.

7. Prezentacija

Učenici prezentiraju plakatom svoj jelovnik, potreban popis namirnica za kupovinu, recepata, troškova kupnje, uštede u dnevnoj potrošnji.

Način postupanja s otpacima tijekom pripremanja hrane.

## 8. Valorizacija

Svaka skupina daje ocjenu rada svakog člana u skupini i drugim skupinama za njihovu prezentaciju na ljestvici od 1 do 5 vodeći brigu o korištenju namirnica i uvažavajući potrošačka prava i odgovornosti.

Vidi priloge 2, 3 i 4 na kraju priručnika.

### Recikliranje papira

*Razredna nastava*

**Cilj:** Upoznavanje učenika s različitim vrstama otpada i mogućnostima recikliranja.

Smanjiti količinu papirnog otpada i tako skrbiti za okoliš, a kreativnoj djeci dati mogućnost samopotvrđivanja, obogatiti ih novim znanjima, vještinama i navikama koje će primjenjivati u svakodnevnom životu djelujući na svoju obitelj i svoje okruženje.

**Zadaće:**

Prepoznati različiti otpad i sortirati ga

Reciklirati stari papir

**Potreban pribor:** listići, plakati, flomasteri, internet, različiti otpad, papiri, voda, električna miješalica, drveno sito

**Aktivnosti:** radionica

**Tijek nastave:**

1. Kutij (kutije u koje odlažu i sortiraju otpad tijekom nekog dogovorenog vremena) za sortiranje otpada u učionici. U učionici su različite vrste otpada koje smo pripremili – učenici donose staklo, plastiku, papire.
2. Možemo li i mi upotrijebiti otpad? Koje vrste otpada možemo ponovo iskoristiti? Papir, plastiku, staklo – dogovor i podjela u skupine – dobivanje novih vrijednosti otpadnog materijala.
3. Kako smanjiti količinu papirnog otpada? Što je recikliranje? Kako reciklirati? Koji su razlozi za to?
4. Kako dobivamo papir? – Od drveta, celuloze. Koliko stabala treba posjeći da se dobije papir?  
Kako od starog papira dobiti novi? – reciklirati  
Usitnjavanje papira  
Namakanje papira  
Usitnjavanje električnom miješalicom da se dobije papirnata kaša  
Izrada recikliranog papira pomoću drvenog sita i papirnate kaše
5. Rasprava: Kako mi kao potrošači možemo doprinijeti smanjenju otpada?
6. Izrada čestitki od recikliranog papira



### Opasna igračka

*Razredna nastava*

**Cilj:** Prepoznati sigurnu igračku i znak za kvalitetu igračke.

**Potreban pribor:** igračke (stare i nove), papir, pribor za pisanje

**Tijek nastave:**

1. Promatranje i imenovanje donesenih igračaka. Zašto su ti drage? Kako se igrate s njima?
2. Od čega su izrađene? Sortiranje po obliku i vrsti materijala od kojih su izrađene (tvrde, meke, plastika, drvo, oble, oštre, elektroničke, na baterije...)
3. Demonstracija: Kako se igraš s kojom skupinom igračaka. Učenici osmišljavaju u skupinama igru koju prezentiraju.
4. Razgovor: Što se s igračkom tijekom igre može dogoditi? Može li igračka biti opasna? Koja, kada? Imaš li iskustva u tome?
5. Rad u skupinama: Ispišite dobre i loše strane sortiranih igračaka. Obrazložite.
6. Razgovor: Kakva bi to bila sigurna igračka? Kako možemo prepoznati sigurnu igračku? Gdje to možemo saznati? Koje znakove možemo pronaći na igračkama i što nam ti znakovi govore? (CE) – znak za sigurnost igračke
7. Za koje biste od ovih igračaka rekli da su sigurne, a koje opasne? Zašto?
8. Ključno pitanje: Kako se mi kao potrošači možemo postaviti prema ponudi opasnih igračaka? Kome ćemo se obratiti?
9. Zaključak: Što ste novo saznali o igračkama? Jesu li vas neki podaci iznenadili?

### Koliko hrane bacamo?

*Razredna i predmetna nastava*

**Cilj:** Uočiti važnost smanjenja količine bačene hrane i na taj način pridonijeti smanjenju troškova.

**Zadaća:** Putem sakupljenih informacija potaknuti učenike da razmisle o tome koliko se hrane baca i osvijestiti ih da su i oni kao potrošači dio toga i da na to mogu utjecati

**Nastavna sredstva:** papir i pribor za pisanje

**Aktivnosti:** radionica

**Tijek nastave:**

1. Učenici su dobili zadatak da u svojim domovima bilježe tijekom tjedan dana što i koliko se hrane bacilo. Pokušava se pretvoriti u novac (npr. bačen je 1 jogurt zbog isteka roka trajanja – 4 kn, 0,5 kg salate – 5 kn...)

Proizvod koji je bačen	Zašto je bačen	Vrijednost bačenog proizvoda u kunama

2. Usporedo skupina učenika prati i bilježi što i koliko se hrane bacilo u školskoj kuhinji. Pretvaranje u vrijednost novca.
3. Rad u skupinama: sakupljene podatke skupine obrađuju i rade ljestvicu bačenih proizvoda. Poželjno je da pored bačenih proizvoda zabilježe zašto je bačen (istekao rok trajanja, pokvario se, nije bio ukusan, bilo ga je previše i sl.). Izračunavanje koliko je to bačenog novca.
4. Izvještavanje po skupinama. Izvođenje zaključka. Što možemo zaključiti – baca li se puno ili malo hrane? Koji je najčešći razlog bacanju hrane? Je li te iznenadilo kolika je to količina novca?
5. Koje su sve loše strane bacanja hrane? Tko ima korist od bacanja hrane, a tko štetu? Objasnite.
6. Sijevanje ideja: Što bismo mogli sve učiniti da se smanji količina bacanja hrane? Nastaje popis ideja.
7. Odluči se za neke od načina na koji možeš, kao potrošač, smanjiti količinu bacanja hrane i tako pomoći smanjenju troškova u svojoj obitelji, ali i očuvanju našeg planeta.

**Mogući zadaci za daljnji rad i istraživanje:**

- istraživanje razloga bacanja hrane
- istražiti koje se hrane najmanje baca, koje najviše
- izrada jelovnika s naglaskom na količinu potrebnih namirnica
- poticanje inicijativa u zajednici – izrada letaka, plakata, tribine...

# Kako trošimo dobiveni novac

*Razredna nastava – četvrti razred (može se prilagoditi za niže i više razrede)*

(na ovaj se način mogu prikupljati podaci za terenske nastave, izlete...)

**Cilj:** racionalno trošiti novac, razlikovati želje i potrebe.

**Potreban pribor:** novčanice, papir, pribor za pisanje

**Aktivnosti:** radionica

**Tijek nastave:**

1. Objašnjavanje poslovice: "Novac je dobar sluga, ali loš gospodar."
2. Novčanice

Učenici su u skupinama i redaju novčanice od najmanje do najveće vrijednosti.

Objašnjavanje što je novac, čemu služi, zašto nam je bitan.

*Novac je roba za koju se može kupiti druga roba. Njime se razmjenjuju proizvodi ljudskog rada. (Moguće iznošenje saznanja koji sve novac poznaju, kako se nekad trgovalo – razmjena roba... Nekad se proizvodilo samo koliko je trebalo, nije bilo viška koji se prodavao, potrebe su bile male.)*

Dan potrošača koji se obilježava u cijelom svijetu 15. ožujka, a obilježava se od 1983. godine. Kad ide-mo u kupnju, sa sobom nosimo novac. On je naše sredstvo, služi nam da zadovoljimo svoje potrebe.

3. Kako upravljamo novcem?

*Zamislimo da smo dobili kao razred 40.000 kuna. Možemo ih potrošiti na što želimo.*

Učenici se dijele u nekoliko skupina. Svaka skupina sijevanjem ideja daje prijedloge za potrošnju – kupnju. Mogu doći u obzir svi mogući prijedlozi – od ozbiljnih do neozbiljnih. Svaki prijedlog skupina razmatra i izdvaja tri prijedloga koje će iznijeti ostalima.

4. Nakon zajedničkog odabira na što će potrošiti novac – škola u prirodi – skupine moraju detaljno razraditi plan i zatražiti različite ponude.

Pritom će se držati nekih savjeta:

- Planiraj unaprijed.
- Ispiši koliko si novaca potrošio na razne stvari.
- Provjeri mogućnost neočekivanih troškova.
- Provjeri cijene na drugim mjestima!
- Koristi listu za kupovinu da ne bi kupovao dodatne stvari koje ti ne trebaju.
- Potraži posebne prigodne ponude.
- Ne vjeruj reklamnim porukama!
- Dijeli stvari sa svojim prijateljima.

**Ključno pitanje:** Što je to što mi se nudi, trebam li vjerovati ponuđenom i trebam li ja uopće taj proizvod?

5. Nakon prikupljenih podataka učenici vrše prezentaciju (plakati, PowerPoint ili na drugi način iznose ostalim učenicima i roditeljima svoje prijedloge). Na kraju zajednički donose odluku o najracionalnijim, najkvalitetnijim i najbolje objašnjenim prijedlozima.

### Reklama za proizvode

*Razredna nastava i predmetna nastava*

**Cilj:** Upoznavanje učenika s reklamom i njezinim utjecajem na potrošača. Učenici će biti sposobni otkriti opasnosti koje proizlaze iz reklame.

**Zadaće:**

- Prepoznati reklamu u različitom mediju
- Prepoznati obilježja reklame – privlačenje potrošača bez obzira na točnost informacije
- Stvoriti – osmisлити reklamu za proizvod ili događanje

**Potreban pribor:** listići, plakati, flomasteri, internet, novine, časopisi, video, radiosnimka, isječci iz novina, časopisa, radioreklama

**Aktivnosti:** radionica

**Tijek nastave:**

1. Sijevanje ideja

- napiši sve riječi koje ti padaju na pamet uz riječ reklama
- što je reklama
- koje voliš
- koje te živciraju
- koje osjećaje bude u tebi
- najdraža reklama

2. Prikaz reklame koja privlači dijete potrošača – gledanje

- što osjećaš
- zašto, objasni
- koja je poruka
- što si saznao
- što bi morao znati
- želiš li nešto više saznati

3. Istraživanje

- kako se ista stvar reklamira kroz različite medije
- dobre i loše strane, i proizvoda i reklame – za i protiv

4. Izvještavanje

- učenici izvještavaju o svojim spoznajama tijekom istraživanja (pisano izvješće – plakat, PowerPoint)
  - kako se mi kao potrošači odnosimo prema reklamama
  - mogu li se reklamom povrijediti naša prava (ljudska, dječja, potrošačka)
5. Stvaralački rad – povezati s likovnom kulturom, hrvatskim jezikom, glazbena kultura
- osmišljavanje reklame za jedan proizvod po izboru – lopta, lutka, školski pribor
  - rad u skupinama
6. Prezentacija

## Mobilni telefoni

### *Predmetna nastava*

**Cilj:** Istražiti kako koristimo mobilne telefone, saznati više o mobilnim uslugama, istražiti što potrošači žele u sklopu mobilne usluge.

#### **Zadaće:**

- Odrediti ključne značajke paketa mobilnih usluga
- Donijeti informirane odluke o tome što oni žele u sklopu paketa mobilnih usluga
- Objasniti odnos između razine značajki i cijene paketa
- Prodiskutirati kako poslati pritužbu u slučaju da stvari pođu krivo

**Potreban pribor:** Ponude različitih pružatelja mobilnih usluga koje sadrže informacije o tarifama i/ili web-adrese različitih pružatelja usluga, papiri, plakati

**Aktivnosti:** radionica

#### **Tijek nastave:**

1. Razgovor o iskustvu učenika u baratanju mobilnim uređajima.

Djeca u grupi zajedno razmišljaju o mobilnim telefonima i izlažu ideje o tome što se sve može raditi s mobilnim telefonima? (Ljudi mogu međusobno pričati, slati poruke, skidati glazbu i igrice, ljudi mogu ostaviti poruke u govornoj pošti, fotografirati i slati fotografije itd.).

2. Rezultate sijevanja ideja potrebno je izložiti ili treba djecu potaknuti da izrade svoj list papira s idejama koji će se kasnije koristiti pri izradi svojih prezentacija.

3. Razgovor:

#### **Ključna pitanja:**

- ▶ Tko ima mobilni telefon?
- ▶ Ima li netko u obitelji mobilni telefon?
- ▶ Tko plaća mobilni telefon i kako?
- ▶ Koja poduzeća prodaju/pružaju usluge mobilnog telefoniranja?

**Istraživanje:** Djeca pregledavaju primjere tarifa i paketa mobilnih usluga (iz ponuda ili na web-str-

nicama). Posebice se obraća pozornost na troškove i cijene, što se nudi klijentu, metode plaćanja (bonovi ili pretplata), nudi se nešto (besplatno) te bilo koje druge informacije koje se prezentiraju klijentu. Timovi moraju shvatiti da ukoliko se nešto daje besplatno, to ima utjecaja na ukupnu zaradu tima te moraju razmisliti gdje i kako mogu ostvariti svoju zaradu.

Rade „timski“ i moraju izraditi paket mobilnih usluga za djecu primjerenu dobi te održati petominutnu prezentaciju evaluatoru (ovo bi mogao biti poslovni partner, netko od roditelja ili upravitelj).

Troškovi bi trebali odražavati stvarni život, uzimati u obzir različitu naplatu ovisno o vremenu telefoniranja (iako timovi mogu i sami kreirati svoje parametre kojima se odražava životni stil djece u dobi od 10 do 14 godina).

Paket mora biti atraktivan potencijalnim klijentima te mora biti oglašavan na uvjerljiv i pamtljiv način. U idealnim uvjetima svakome bi timu trebali omogućiti pristup internetu i upotreba programa PowerPoint. Potiču se da koriste svoje informatičke vještine u svojim prezentacijama.

Ako uspijete izdvojiti više vremena za ovu aktivnost, postoji velika vjerojatnost da će se roditelji uključiti i pomoći djeci te im pružiti potporu u izradi domaće zadaće.

#### 4. Prezentiranje

Svaka od grupa prezentira svoj rad. Tijekom prezentacija djecu treba potaknuti da se odjenu prikladno poslovnoj prezentaciji i možda pozvati roditelje.

#### **Kriteriji su za uspjeh sljedeći:**

- ▶ Svaki član tima daje svoj doprinos.
- ▶ U paketu su troškovi pravilno određeni i postoji vjerojatnost da će timu donijeti zaradu.
- ▶ Paket klijentu omogućava dobru vrijednost za uloženi novac.
- ▶ Paket je na kreativan i uvjerljiv način oglašavan.

#### 5. Završni razgovor

Djeca iznose što su naučila o „uslugama“ (npr. da usluge moraju osigurati dobru vrijednost za novac ili će klijent prijeći negdje drugdje) te „potrošačkim odgovornostima“ (npr. potrošač mora provjeriti ono napisano malim slovima, ocijeniti financijsku sposobnost pokrivanja troškova itd.).

#### 6. Vrednovanje

Do koje su mjere djeca razumjela izbor dostupan njima kao (potencijalnim) korisnicima usluga pružatelja mobilnih usluga (korisne značajke mobilnih telefona, načini plaćanja koji im omogućuju da vode evidenciju potrošenog itd.) te izazovi s kojima se pružatelji usluga suočavaju pri zadovoljavanju potreba i želja potrošača (potrošači žele imati osjećaj da dobivaju dobru vrijednost za uloženi novac).

## Internet i dijete

### *Razredna i predmetna nastava*

#### **Ovi sadržaji imaju za cilj otkriti:**

- koliko vremena učenici provode na internetu
- što rade na internetu

- koje su vrste stranica njima zanimljive
- izrađuju li vlastite stranice ili blogove
- znaju li roditelji što oni rade na internetu
- vole li ići na internet i jesu li tamo doživjeli neku neugodnost

**Aktivnosti:** radionica

**Tijek nastave:**

1. Učitelj započinje razgovor s djecom o tome što je internet, koliko ga koriste, koje su im stranice najzanimljivije, koliko internet koriste za određene aktivnosti vezane za školu (pronalaženje određenih podataka, izrada plakata, istraživanje...).

2. Podjela u grupe. Ispisati stranice na koje najčešće idu. Što ih najviše privlači na tim stranicama? Ispisati dobre i loše osobine svake od njih.

Izvještavanje.

3. Nakon obavljenog predavljanja učitelj će odrediti koje su im daljnje aktivnosti. Svakako mora upozoriti učenike na sigurnost prilikom korištenja interneta.

**Zadatak za sljedeći sat:** Osmisliti anketu kojom bi ispitali svoje vršnjake o tome koliko koriste internet. Pitanja će se razlikovati ovisno o dobi djece.

## Upitnik za učenike:

1. Kod kuće imam vezu s internetom DA NE
  2. Tijekom tjedna provedem \_\_\_\_\_ sati na internetu.
  3. Za vikend provedem kod kuće \_\_\_\_ sati na internetu.
  4. Najčešće na internetu (može i više odgovora):
    - a) bez veze razgledavam
    - b) tražim neki pojam
    - c) gledam filmove
    - d) idem na chat – na internet stranici: \_\_\_\_\_
    - e) izrađujem svoj blog
    - f) igram igrice
    - g) gledam spotove
    - h) nešto drugo (navedi) \_\_\_\_\_
  5. Internetska stranica :
    - a) Imam vlastitu internetsku stranicu
    - b) Imam vlastiti blog
  6. Moji su roditelji upoznati s time koje stranice posjećujem DA NE
  7. Ukoliko preko interneta igrate igrice, zaokružite točne odgovore:
    - a) igram igrice koje ne zahtijevaju suigrača
    - b) igram igrice preko interneta s prijateljem koji sjedi pokraj mene
    - c) igram igrice s drugim suigračima spojenim na internet, ali koje inače poznam
  9. Ukoliko ideš na chat, zaokruži točne odgovore:
    - a) na chatu razgovaram s osobama koje poznajem
    - b) na chatu razgovaram s osobama koje ne poznajem
  10. Jesi li prilikom tih razgovora doživjela/doživio neugodnosti (vrijeđenje, pozivanje da učinite nešto loše, poziv na susret ukoliko je ta osoba vama nepoznata...) DA NE
- Idem u \_\_\_\_\_ razred.**

4. Na sljedećem satu učenici bi trebali složiti i objediniti pitanja za anketu koju bi proveli među vršnjacima. Nakon provedene ankete i analiziranja odgovora dogovaraju daljnje aktivnosti. Pozornost posvetiti savjetima o sigurnosti djece na internetu.



## Mogući zadaci za daljnji rad i istraživanje:

Informirati o tome da postoji stranica Tehničkog veleučilišta [www.sigurnost.tvz.hr](http://www.sigurnost.tvz.hr) na kojoj se mogu naći savjeti o sigurnosti i zaštiti na internetu za djecu, roditelje i učitelje. Na stranici se nalaze i priče za djecu koje su informativne i koje sadrže određene preporuke kako koristiti internet i kako sami sebe zaštititi. Stranice nude:

### Priče za uzrast od 7 do 12 godina

**Beskonačna šuma** je priča o devetogodišnjem Nikoli koji uči koristiti računalo i e-poštu. Priča čitatelju objašnjava što je internet i, između ostalog, što se na njemu može raditi. Istovremeno se uči da na internetu ima i loših stvari od kojih se treba zaštititi.

**Anini novi prijatelji** nastavak je priče **Beskonačna šuma**, a glavni je lik Ana, Nikolina sestrična. Priča se bavi javnom prirodom interneta, ponašanjem na internetu, objavljivanjem slika i autorskim pravima.

### Priče za uzrast od 13 do 16 godina

Priča **Rimska grupa** počinje kada Ena, članica dramske grupe, tijekom razgovora dobije scenarij od nepoznatog korisnika. Priča se, između ostalog, bavi autorskim pravima, zaštitom računala i značenjem lozinki.

**Peripetije na mreži** čine kratke priče s temama o prikladno i informacija na internetu, odgovornosti glede objavljivanja fotografija i teksta, komunikaciji na internetu te mrežama ravnopravnih računala na internetu.

**Napomena:** Mogućnost korištenja interneta u učionici i zajednička analiza navedenih priča.

### Završni razgovor:

Djeca iznose što su naučila o sigurnosti i zaštiti na internetu. Kome se mogu obratiti ukoliko se osjećaju povrijeđenima. Koje stranice ne bi trebali posjećivati koliko god znatiželja bila velika.

## KURIKULUM ODGOJA I OBRAZOVANJE ZA ZAŠTITU POTROŠAČA OSNOVNA ŠKOLA

Tema: Zdrava prehrana				
Kompetencije	Znanja	Vještine	Stavovi	Metode
Učenici će razviti pravilan odnos prema prehrani	<p>Učenici će znati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– razlikovati zdravu i nezdravu hranu</li> <li>– utjecaj nezdrave hrane na zdravlje</li> <li>– kojoj hrani dati prednost</li> <li>– piramidu zdrave hrane</li> <li>– znati zašto čovjek jede</li> <li>– znati važnost vitamina</li> <li>– znati važnost prehrambenih tvari u namirnicama</li> <li>– znati posljedice nepravilne prehrane (bulimija i anoreksija)</li> <li>– znati da se hranom dobiva energija</li> </ul>	<p>Učenici će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– prepoznati zdravu hranu</li> <li>– prepoznati nezdravu hranu</li> <li>– planirati kvalitetne obroke tijekom dana</li> <li>– kritičko mišljenje</li> <li>– planiranje kupovanja – popis potrebnih namirnica</li> </ul>	<p>Učenici će razviti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– aktivan i odgovoran odnos prema prehrani</li> <li>– osobnu odgovornost prema vlastitom zdravlju</li> <li>– kritičku svijest</li> <li>– stav da je zdravlje najvažnija vrijednost čovjeka</li> </ul>	<p>Radionice</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– zajednički doručak, ručak</li> <li>– igra uloga</li> </ul> <p>Moj povrtnjak, voćnjak</p> <p>Posjet manjem gospodarstvu</p> <p>Terenska nastava – posjet zdravstvenoj ustanovi</p> <p>Susreti (nutricionist, liječnik)</p> <p>Rad s roditeljima</p> <p>Izrada plakata</p> <p>Prezentacije, predavanja</p>
Učenici će biti ekološki osviješteni	<ul style="list-style-type: none"> <li>– znati što u prirodi utječe na kvalitetu hrane</li> <li>– vrste otpada i prerada otpada</li> <li>– načini prirodnog dohranjivanja voća i povrća</li> <li>– ekološku proizvodnju hrane</li> <li>– znati što je genetski modificirana hrana – GMO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– razlikovati i usporediti različito uzgojeno voće i povrće</li> <li>– razlikovati i usporediti meso i mesne proizvode uzgojene na različite načine</li> <li>– kritičko mišljenje</li> <li>– sposobnost prepoznavanja ekološke ambalaže</li> </ul>	<p>Ekološka osviještenost</p> <p>Preuzimanje osobne odgovornosti za prehranu (usmjeriti pažnju na podrijetlo hrane koju kupujemo i konzumiramo)</p>	<p>Istraživanja</p> <p>Izrada projekata – Projekt građanin (Zdrava hrana, Tradicijska kuhinja, Tradicijski vrt...)</p>
Učenici će biti osposobljeni ostvariti zaštitu potrošačkih prava	<ul style="list-style-type: none"> <li>– znati da na proizvod postoje podaci o njemu – obavijest o proizvodu</li> <li>– znati što ti podaci znače</li> <li>– znati da za kupljeni proizvod treba dobiti račun</li> <li>– znati da se proizvod može reklamirati</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– na proizvodu pronaći podatke</li> <li>– prepoznati i razlikovati oznake kvalitetnog proizvoda</li> <li>– sposobnost odupiranja reklama – racionalna potrošnja</li> </ul>	<p>Pravilan stav o izboru zdravog proizvoda</p> <p>Pravo na točnu informaciju o proizvodu</p>	
Socijalna i građanska kompetentnost	<ul style="list-style-type: none"> <li>– poznavati svoja potrošačka prava</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– pokretanje aktivnosti vezanih uz pravilnu prehranu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– aktivan i odgovoran odnos prema pravilnoj prehrani pojedinca utječe na zajednicu</li> </ul>	

Tema: Odnos prema novcu					
Kompetencije	Znanja	Vještine	Stavovi	Metode	
Učenici će razviti pravilan odnos prema novcu i potrošnji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– novac je sredstvo plaćanja</li> <li>– novac je nacionalni simbol</li> <li>– <b>novac je roba za koju se može kupiti druga roba</b></li> <li>– <b>njime se razmjenjuju proizvodi ljudskog rada</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– pridonositi društvenom razviku</li> <li>– kritičko mišljenje</li> <li>– poduzimanje inicijative</li> <li>– sposobnost planiranja potrošnje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– čovjek se ne procjenjuje po tomu koliko ima novaca</li> <li>– kritička svijest</li> <li>– samopouzdanje</li> <li>– novac je sredstvo kojim raspoložemo da zadovoljimo potrebe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Radionice</li> <li>– simulacije privređivanja i trošenja</li> <li>– kreativne radionice</li> <li>– planiranje utroška novca (nabava korisnih sredstava, plan izleta, terenske nastave)</li> <li>– igra Monopoli</li> <li>– radionice za roditelje</li> <li>Volonterizam</li> <li>Razredna štednja</li> <li>Humanitarne akcije</li> </ul>	
Učenici će biti osposobljeni ostvariti zaštitu potrošačkih prava	<ul style="list-style-type: none"> <li>– znati da za svaku kupljenu robu treba dobiti račun</li> <li>– razumjeti da vrijednost robe ovisi o kvaliteti</li> <li>– <b>znati prava i obveze potrošača (Zakon)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– sposobnost procjenjivanja vrijednosti robe</li> <li>– sposobnost razlikovanja želje i potrebe</li> <li>– sposobnost rješavanja konflikata</li> <li>– traženje informacija i savjeta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– pravo na izbor</li> <li>– pravo na reklamaciju</li> <li>– pravo na točnu informaciju o proizvodu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sijevanje ideja, izrada plakata</li> <li>Prezentacije, predavanja</li> <li>Terenska nastava, istraživanja, razgovori</li> <li>Izrada projekata – Projekt građanin</li> </ul>	
Odgovorna potrošnja s obzirom na socijalnu odgovornost	<ul style="list-style-type: none"> <li>– znati racionalno raspolagati novcem</li> <li>– znati pod kojim je uvjetima nastao proizvod (dječji rad, seksizam, uvjeti rada) za koji dajemo novac</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– vještina komuniciranja s trgovcem</li> <li>– sposobnost planiranja i raspolaganja novcem (štednja, džeparac)</li> <li>– donošenje odluka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– stav o vrijednosti rada</li> <li>– stav o aktivnom i odgovornom uključivanju u društvo</li> <li>– razvijanje osobne i društvene odgovornosti</li> </ul>		

Tema: Igračke				
Kompetencije	Znanja	Vještine	Stavovi	Metode
Učenici će razviti pravilan odnos prema igračkama i elektroničkim igrama	<ul style="list-style-type: none"> <li>– znati prepoznati kvalitetnu i sigurnu igračku i znak za kvalitetu igračke (CE)</li> <li>– prepoznati materijal od kojeg je igračka izrađena</li> <li>– znati da igračka može imati štetno djelovanje na sigurnost i zdravlje djeteta</li> <li>– znati da se nude igračke različitih kvaliteta</li> <li>– upoznati se s opasnim igračkama i njihovim djelovanjima (petarda, baloni, oštre igračke – oružje, električne igračke)</li> <li>– znati štetnost elektroničkih igara i dugotrajnog igranja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– sposobnost prepoznavanja nasilnih i štetnih igara</li> <li>– izbjegavanje igranja opasnim igračkama i izbjegavanje igranja nasilnih igara</li> <li>– sposobnost sigurnog korištenja igračaka i elektroničkih igara</li> </ul>	<p>Pravilan stav prema nasilnim igrama.</p> <p>Razvijanje kritičke svijesti i odgovornosti.</p> <p>Empatija.</p>	<p>Radionice</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Izrada tradicijskih igračaka</li> <li>– Prikupljanje igračaka</li> <li>– Igramo se i gradimo (kocke)</li> <li>– Radionice za roditelje i djecu</li> </ul> <p>Sijevanje ideja</p> <p>Simulacije</p> <p>Izrada plakata</p> <p>Prezentacije</p> <p>Terenska nastava</p> <p>Istraživanja</p> <p>Izrada projekata – Projekt građanima</p>
Učenici će biti osposobljeni ostvariti zaštitu potrošačkih prava	<ul style="list-style-type: none"> <li>– znati da na proizvodu postoje podaci o njemu – obavijest o proizvodu</li> <li>– znati što ti podaci znače</li> <li>– znati da za kupljeni proizvod treba dobiti račun</li> <li>– znati da se proizvod može reklamirati</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– sposobnost procjene reklamiranog proizvoda u skladu sa svojim potrebama</li> <li>– sposobnost planiranja, raspolaganja sredstvima i predviđanje troškova</li> </ul>	<p>Pravo na izbor i objektivnu informaciju o igrački i igri.</p> <p>Razvijanje stava o uravnoteženom vladanju željama i potrebama.</p>	Isto
Učenici će biti osposobljeni za odgovornu potrošnju s obzirom na socijalnu odgovornost	<ul style="list-style-type: none"> <li>– poznavanje dječjih prava</li> <li>– poznavanje propisa o kvaliteti i sigurnosti proizvoda</li> <li>– znati pod kojim je uvjetima nastala igračka (dječji rad, sezizam, uvjeti rada) koju kupujemo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– sposobnost traženja informacija i savjeta prilikom kupnje proizvoda</li> <li>– prikupljanje informacija s interneta</li> <li>– razumijevanje prikupljenih informacija</li> </ul>	<p>Kritički stav prema kvaliteti igračke i igri.</p>	Isto

<b>Tema: Zaštita okoliša</b>				
<b>Kompetencije</b>	<b>Znanja</b>	<b>Vještine</b>	<b>Stavovi</b>	<b>Metode</b>
<p>Učenik će biti osposobljen za odgovornu potrošnju u odnosu na zaštitu okoliša, na održiv razvoj i racionalno upravljanje dobrima</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– okoliš, zaštita okoliša</li> <li>– razlikovati smeće i otpad</li> <li>– znati mogućnosti korištenja otpada kao sirovine</li> <li>– znati zašto i kako treba štedjeti vodu</li> <li>– naučiti reciklirati papir</li> <li>– razlikovati čisti i ugroženi okoliš</li> <li>– znati kako napisati pritužbu i kome se obratiti</li> <li>– nabrojati propise koji se bave zaštitom okoliša</li> <li>– znati svoja prava koja možeš iskoristiti ako se ugrožava okoliš</li> <li>– zbrinjavanje otpada</li> <li>– očuvanje čistoće okoliša – vode i tla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– sposobnost prepoznavanja ekološke ambalaže</li> <li>– traženje informacija i savjeta</li> <li>– rješavanje problema i konfliktata</li> <li>– štedjeti vodu</li> <li>– preuzimanje inicijative</li> <li>– kritičko mišljenje</li> <li>– sposobnost razlikovanja želje i potrebe da ne dolazi do nepotrebnog otpada</li> <li>– vještina komunikacije</li> <li>– uspoređivati čistoću okoliša u različitim krajevima</li> <li>– donošenje odluka</li> <li>– tumačenje prava i propisa vezanih uz zaštitu okoliša i zbrinjavanje otpada</li> <li>– pokretanje aktivnosti s ciljem očuvanja okoliša i djelovanja na svijest drugih</li> </ul>	<p>Razvijanje kritičke svijesti i odgovornosti. Empatija. Razvijanje samopouzdanja Razvijanje stava o pravu na čist i zdrav okoliš</p> <p>Ekološka svijest</p> <p>Odgovoran i kritički stav prema otpadu i okolišu uz preuzimanje aktivnog sudjelovanja</p>	<p>Radionice</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– dramske igre – igre uloga</li> <li>– razgovori</li> <li>– debate – parlamentarne</li> <li>– rad s roditeljima</li> </ul> <p>Sijevanje ideja Izrada plakata i letaka Prezentacije, predavanja Razgovori, intervju Terenska nastava, posjeti Istraživanja Izrada projekata – Projekt građanin</p>

<b>Tema: Mediji i reklame</b>				
<b>Kompetencije</b>	<b>Znanja</b>	<b>Vještine</b>	<b>Stavovi</b>	<b>Metode</b>
Učenicima će biti sposobni otkriti opasnosti koje proizlaze iz reklame	<ul style="list-style-type: none"> <li>– objasniti pojmove oglašavanja i reklamiranja</li> <li>– naučiti koristiti različite vrste medija (novine – oglas, TV, internet, mobitel)</li> <li>– sastaviti reklamu za proizvod</li> <li>– znati da postoje alternativni proizvodi</li> <li>– znati da se iza reklame kriju opasnosti (utjecaj na psihu, opasnost o kupnji, reklama neprijemljena dječjoj dobi)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– prepoznavanje reklame</li> <li>– uspoređivanje reklama u različitim medijima</li> <li>– procijeniti utjecaj reklame na kupnju</li> <li>– prepoznavanje skrivenih namjera</li> <li>– sposobnost analiziranja poruke reklame</li> <li>– svjesnost od nepovoljnog utjecaja medija (internet, mobitel, TV)</li> </ul>	Razvijanje kritičke svijesti u odnosu na reklame i medije	Radionice – dramske igre (simulacije kupnje reklamiranog proizvoda i onog koji se ne reklamira) – izražavanje osobnog mišljenja o reklamama Sijevanje ideja Izrada plakata Prezentacije Terenska nastava Istraživanja – prikupljanje raznih reklama Izrada projekata Posjet reklamnoj agenciji
Učenicima će biti osposobljeni ostvariti zaštitu potrošačkih prava	<ul style="list-style-type: none"> <li>– znati što je potrošačka odgovornost (čitati sve što piše na proizvodu – mala slova)</li> <li>– znati da reklama ne prikazuje stvarnu kvalitetu i vrijednost proizvoda</li> <li>– znati propise vezane uz reklamiranje proizvoda</li> <li>– znati potražiti svoja potrošačka prava</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– procjenjivanje vrijednosti reklamiranog proizvoda</li> <li>– proučavanje obavijesti o proizvodu</li> <li>– usporediti reklamu i stvarni proizvod</li> <li>– predvidjeti posljedice kupnje proizvoda potaknute reklamom</li> <li>– sposobnost odupiranja reklamama i pomodarstvu</li> </ul>	Razvijanje stava o potrošačkoj odgovornosti Pravo na izbor	
Socijalna i građanska kompetentnost	<ul style="list-style-type: none"> <li>– znati dječja prava i ljudska prava</li> <li>– prepoznati kada se prava krše putem reklame i medija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– aktivno uključivanje – djelovati u slučaju kršenja prava djece i građana u reklamama (iskorištavanje, seksizam)</li> </ul>	Kritički stav prema reklamama i informacijama o proizvodima Odgovornost prema vlastitoj odluci	



## **Samovrednovanje učenika i učitelja**

- ljestvica procjene (sistem bodovanja 1–5, 1–10)
- smajlići
- kraće opisne rečenice o osobnom angažmanu i zadovoljstvu

## **Prezentacije**

- plakata
- istraživanja
- PowerPoint
- na web-stranicama škole, udruge

## **Izrada finalnog proizvoda**

- letak
- slikovnica
- brošura
- proizvod
- dnevnik aktivnosti – dokumentacijska mapa
- fotozapisi
- kraći film
- reklama

## **Javni nastupi**

Prezentacije pred razredom/razredima, na učiteljskom vijeću, na roditeljskim sastancima (ljestvica procjena roditelja zauzetošću, ponašanjem i napretkom svoga djeteta)

Smotra projekata iz demokratskog građanstva

Susreti škola

Prezentacije na županijskom vijeću

Smotra učeničkih zadruga

Razina usvojenosti znanja, vještina i stavova ponašanjem u svakodnevnom životu.

Na temelju samovrednovanja i vrednovanja postignuća učenika, učiteljeva i roditeljeva vrednovanja tijekom rada i po završnim prezentacijama učitelj donosi konačnu ocjenu učenikova postignuća.



## Instrumentarij za vrednovanje rada učenika u skupini

Elementi vrednovanja	radionica				
	1.	2.	3.	4.	5.
poštuje dogovorena pravila					
suraduje i dogovara se pri obavljanju zajedničkih zadataka					
obavlja i dovršava postavljene zadatke					
slijedi upute					
iznosi prijedloge i ideje (kreativnost)					
primjenjuje usvojena znanja, vještine i stavove					
sposobnost argumentiranja i obrazlaganja (prezentacija)					

Ocijenite učenikovu aktivnost tijekom rada tako što ćete upisati ocjenu od 1 do 5.

- 1 – uopće ne
- 2 – rijetko / malim dijelom
- 3 – povremeno / polovično
- 4 – uglavnom / veći dio
- 5 – u potpunosti

## Vrednovanje rada u skupini

Lista rezultata skupine koju ispunjavaju ostale skupine

svakome elementu pridružite ocjenu od 1 do 5:

Skupina .....	Rezultat
Je li prezentacija vizualno privlačna?	
Je li prezentacija jasna, jeste li razumjeli što je predstavnik skupine govorio/la?	
Je li predstavnik skupine istaknuo zašto je njihov prijedlog bolji?	
Je li prezentacija bila uvjerljiva?	
<b>UKUPNO</b>	

- 1. Loše, nisam baš puno razumjela/razumio.
- 2. Djelomično sam razumjela/razumio
- 3. Razumjela/razumio sam
- 4. Odlično!
- 5. Super! Uvjerili ste me.

## Prilog 1.

### Primjeri obilježavanja Dana potrošača u školama

#### 1. primjer

Prigodom obilježavanja Svjetskog dana potrošača, 15. ožujka, učenici 8.a razreda OŠ "Monte Zaro" iz Pule održali su 17. ožujka 2008. s voditeljicom radionice Karlom Virgilio, razrednicom, radionicu na temu:

1. Zdrave prehrambene navike – rasprava, 4 zlatna pravila prehrane, pričanje priča iz vlastitog iskustva
2. Ispunjavanje upitnika o zdravoj prehrani – rasprava i analiza
3. Prezentacija piramide zdrave prehrane
4. Izrada plakata – Pravilna i nepravilna prehrana

U uvodu u radionicu voditeljica je upoznala učenike o zdravim prehrambenim navikama, zatim o četiri zlatna pravila prehrane. Učenici su saznali od kada se ovaj Svjetski dan potrošača obilježava i kako je uopće u modernom društvu došlo do potrebe za osvješćivanjem potrošača, kao najmnogobrojnije skupine u globalnom smislu ponude i potražnje, odnosno industrije i trgovine.

Raspravili smo važnost zaštite potrošača pri odabiru namirnica za svakodnevnu prehranu, kako može i mora reagirati potrošač da bi zaštitio svoja prava.



U raspravi su učenici koristili sve metode suradničkog učenja: u razgovoru u manjim skupinama istražili su što se jede, koliko često, na koji način.

Zaključili su kako pravilno jesti, uživati u hrani žvačući polako, birati zdrave namirnice, ne žuriti dok se hranimo, odmoriti barem 15 minuta nakon jela, jesti češće, ali manje. Redovito se baviti tjelesnom aktivnošću.

Učenici su zaključili koje namirnice treba jesti svaki dan, a koje umjereno i u malim količinama. Ustanovili su koje su četiri "bjele smrti" (bijeli šećer, sol, bijelo brašno i svinjska mast). Upoznali su vitaminsku vrijednost određenih namirnica potrebnih za normalan rast i razvoj koji u njihovu sazrijevanju igra važnu ulogu.

Učenici su raspravu okončali ispunjavanjem upitnika o zdravoj prehrani te donijeli odluke da će ubuduće obratiti više pažnje svojoj prehrani, više se informirati o namirnicama koje kupuju i birati one proizvode koje su provjereni i zadovoljavaju osnovne standarde zdrave prehrane.



Kao rezultat radionice izradili su plakat "Zdrava i nezdrava prehrana".

## 2. primjer

Prigodom obilježavanja Svjetskog dana potrošača, 15. ožujka, učenici 4.a i 4.b razreda OŠ "Monte Zaro" iz Pule održali su u školskoj knjižnici 13. ožujka 2008. s voditeljicom radionice Irenom Radola Dragaš, stručnom suradnicom knjižničarkom, radionicu na temu:

1. Tko sudjeluje u procesu prodaje? – rasprava, igranje uloga
2. Prava potrošača – rasprava, pričanje priča iz vlastitog iskustva

Izrada plakata

U uvodu u radionicu voditeljica je upoznala učenike o procesu prodaje, zatim o svim sudionicima u tom procesu. Učenici su saznali od kada se ovaj Svjetski dan potrošača obilježava i kako je uopće u modernom društvu došlo do potrebe za osvješćivanjem potrošača, kao najmnogobrojnije skupine u globalnom smislu ponude i potražnje, odnosno industrije i trgovine. Raspravili smo važnost zaštite potrošača i ustanovili tko je to potrošač, kako može i mora reagirati da bi zaštitio svoja prava.

U raspravi učenici su koristili sve metode suradničkog učenja: u razgovoru u manjim skupinama istražili su što se kupuje, zašto, koliko često, za koje prigode i namjene.

Igranjem uloga sudionika u procesu prodaje osvijestili su način na koji se vrši izbor tih proizvoda, demonstrirali su sve elemente prodaje i kao rezultat izradili su nakon radionice plakat.

Učenici su raspravu okončali zaključkom o pravima potrošača i donijeli odluke koje će im biti nit vodilja u budućnosti kada i sami budu radom zarađivali novac i kada kao potrošači budu morali pametno i razborito raspolagati zarađenim novcem.



### 3. primjer

#### 15. ožujak – Svjetski dan potrošača

Sat razrednika **3.a razreda, razrednik Ivo Lovrić, OŠ Petar Zrinski, Zagreb**

3.a razred na satu razrednika obilježio je Svjetski dan potrošača likovnom radionicom i igrokazom sa simuliranom situacijom iz stvarnog života.

Učenici su prikupljali primjere oglašavanja nezdrave hrane i primjere agresivnih oglašivača o akcijama i rasprodajama.

Također su izradili razredni Pravilnik o zaštiti potrošača radi očuvanja vlastitog zdravlja.

## PRAVILNIK POTROŠAČA

1. Provjera roka valjanosti proizvoda
2. Provjera kvalitete proizvoda – moguća oštećenja
3. Provjera cijene prije sniženja
4. Je li proizvod štetan za zdravlje (boja, plastika...)
5. Je li se proizvod testira na životinjama
6. Ubijaju li se zaštićene životinje pri proizvodnji proizvoda
7. Koliko se pri proizvodnji pazi na očuvanje okoliša
8. Izbjegavati agresivne reklame
9. Razgovarati s roditeljima o kupnji proizvoda
10. Naše pravo na informiranost i zaštitu



## Prilog 2.

### Primjeri tablice koje se mogu koristiti u istraživanju – prilagoditi uzrastu.

#### Korištenje i procjena informacija

##### Točno ili netočno? Što znate o hrani koju jedete?

	Točno	Netočno	Nisam siguran/ sigurna
Voćni sok može sadržavati i samo 5% voća.			
Proizvođačima je dopušteno koristiti slike voća čak i kad ga je u samom proizvodu jako malo.			
Formulacija „s okusom jabuke“ znači da u proizvodu zapravo nema jabuka.			
<i>Deit</i> ima samo 15% voćnog soka i koristi umjetne kemijske zaslađivače, acesulfam K (E950) i aspartam (E951) za pojačavanje slatkoće.			
Samo čisti voćni sok sadrži 100% voćnog soka.			
Znanstvena su istraživanja dokazala da mješavina umjetne boje korištene u hrani i najčešće korištenih konzervansa kod neke djece može povećati hiperaktivnost.			
Riječ „svježe“ na kutijama jaja ne znači ništa – sva jaja koja su u prodaji moraju biti svježa.			
Da bi se omogućila opskrbljenost jeftinom piletinom, čak 93% pilića izleže se na farmama.			
Sol se naziva i natrijev klorid i obično je navedena u podacima o prehrambenoj vrijednosti na etiketama prehrambenih proizvoda.			
Oko 75% soli koju konzumiramo već se nalazi u hrani koju kupimo – u kruhu, žitaricama za doručak, konzerviranom grahu, pizzi i mnogim drugim svakodnevnim namirnicama.			
Prekomjerna konzumacija soli može uzrokovati povišen krvni tlak, što utrostručuje opasnost od razvoja srčanih bolesti, neovisno o dobi.			

## Prilog 3.

# Generacija koja jede lošu hranu

### Epidemija prekomjerne težine svjetske populacije

Razlog fokusiranja na institucionalnu regulaciju promidžbe nezdrave hrane i suzbijanja loših prehrambenih navika jest epidemija prekomjerne težine kod mlade populacije.

Povećanje konzumacije namirnica s visokim udjelom masnoća, šećera i soli, uz smanjenu tjelesnu aktivnost, pogoduje povećanju pobola srca, dijabetesa i raka. Ove se bolesti mogu spriječiti pravilnom prehranom i povećanjem fizičke aktivnosti. Istraživanje je pokazalo da u svijetu više od 22 mil. djece mlađe od 5 godina ima prekomjernu težinu te stoga treba nešto napraviti da bi se obuzdala ova epidemija.

### Povezanost promidžbe nezdrave hrane i pića sa zdravstvenim problemima

Izvještaj Svjetske zdravstvene organizacije pod nazivom «Marketing hrane i bezalkoholnih pića fokusiran na djecu», objavljen 2006. g., govori da postoji izravan utjecaj promidžbe hrane s visokim udjelom masnoća, šećera i soli na djecu te da ona žele konzumirati nezdravu hranu i pića, što ih vodi u pretilost. Istraživanje je također pokazalo da su djeca sklonija piću i hrani koja se prodaju pod poznatim markama (*brandovima*) nego istom piću i hrani koja ne nosi oznake poznatih marki.

### Globalni problem

U nekim je zemljama dječja pretilost već dosegla kritičnu točku, u drugim zemljama to je bomba koja tek treba eksplodirati. Postoje dokazi da su djeca u nerazvijenijim i siromašnim zemljama čak više podložna reklami takve hrane jer povezuju tu vrstu hrane s modernim stilom života.

### Uloga multinacionalnih prehrambenih kompanija

Roditelji nastoje djecu hraniti na zdraviji način, ali je agresivna promocija nezdrave hrane vrlo dostupna i utječe na djecu koja nisu u stanju procijeniti racionalno što je dobro za njih. Prehrambena industrija koristi velik raspon tehnika utjecaja na djecu, pa su za promidžbu primjerice u 2006. g. potrošili 7,8 mlrd \$ za promociju hrane, 4 mlrd. \$ za promociju bezalkoholnih pića i 1.1 mlrd. \$ za promociju slatkiša. Budući da te velike multinacionalne kompanije prodaju nezdravu hranu i piće po cijelom svijetu, potrebno je poduzeti globalnu akciju zaštite djece od agresivnog marketinga fokusiranog na djecu. Sistem samoregulacije kompanije ne funkcionira zato što mogu u različitim zemljama imati različit nastup i primjenjivati različite standarde u marketingu. Sva su djeca slaba i ranjiva te zaslužuju zaštitu bez obzira na to u kojoj zemlji žive.

### Uloga međunarodnih organizacija

Međunarodna organizacija Consumers International ima integrirajuću ulogu među zemljama, a Svjetska zdravstvena organizacija u Ženevi posvetila je 2007. godinu: «promoviranju odgovornog marketinga uključujući davanje preporuka za marketinške aktivnosti u sektoru hrane i pića namijenjenih djeci»

Međunarodna organizacija *Consumers International* smatra da Svjetska zdravstvena organizacija treba usvojiti Međunarodni kodeks ograničenog marketinga nezdrave hrane i pića.

- U fokusu regulacije mora biti nezdrava hrana bogata masnoćama, šećerom i soli
- Sva djeca, mlađe i starije dobi, zaslužuju zaštitu
- Sve vrste marketinga, promocija i oglašavanje moraju biti uključena u ova ograničenja



## Prilog 4.

### Održivost: važna pitanja...

Mi, stanovnici Zemlje, živimo iznad svojih mogućnosti i razni aspekti našeg življenja velik su teret našem planetu.

#### Pomozimo planetu...

Deset najvažnijih savjeta lista *The Independent on Sunday* za pomoć smanjivanju gomile hrane koja trune u vašoj kanti za smeće.

1. Ako mislite da ne možete sve pojesti, kupite manje hrane: manja pakiranja, povrće na komad umjesto prevelikih pakiranja – i nastojte se ne povoditi za ponudama „kupiš jedan, dobiješ jedan besplatno“.
2. Budite maštoviti s ostacima hrane: polovica pečenog pileta može se iskoristiti u mesnoj piti, kao nadjev sendviča ili osnova za salatu.
3. Neka povrće ne trune u kutku hladnjaka: čak i od povrća koje više nije svježe možete prirediti ukusnu juhu, složenac ili curry.
4. Nemojte kupovati svježe povrće ako znate da u nekoliko idućih dana nećete objedovati kod kuće.
5. Nemojte u restoranima naručivati prekomjernu hranu; ako to već učinite, zamolite da vam višak spakiraju pa ga ponesite kući.
6. Pri odlučivanju koju hranu baciti u otpad, rukovodite se zdravim razumom umjesto slijepim pridržavanjem rokova upotrebe otisnutih na pakiranju.
7. Sprijatelžite se sa svojim zamrzivačem: priredite vlastite zamrznute obroke od ostataka sinoćnjeg obroka ili viška kupljene hrane.
8. Iskoristite višak voća pripremom pudinga ili frapea.
9. Povrće stavite u nove plastične vrećice da bi u hladnjaku duže ostalo svježe.
10. Nastojte kupovati češće tako da kupujete ono što vam je trenutno potrebno umjesto da idete u velike kupovine.

## Prilog 5.

### Pet zlatnih pravila koje potrošači trebaju znati

Prije stavljanja Vašeg potpisa na bilo koju ispravu (račun, ugovor, policu i dr.) pažljivo pročitajte sve što piše (naročito sitnim slovima), a ako nešto ne razumijete najprije tražite potrebna objašnjenja.

Prigodom kupnje proizvoda dobro ga pregledajte i isprobajte. Kasniji prigovori trebaju biti dostavljeni trgovcu u pisanom obliku (preporučeni pismom). Ne zaboravite pohraniti kopiju Vašeg prigovora.

Uvijek uzimajte račun za kupljeni proizvod ili uslugu i provjerite ispravnost računa (nadnevak, predmet kupnje, iznos i potvrda da je račun plaćen). Sačuvajte račun i druge isprave koje Vam je dužan dati trgovac (jamstveni list, uputa za uporabu, tehnička uputa, popis servisa i/ili servisera) zajedno s prodanim proizvodom ili uslugom.

Prigodom dogovaranja/ugovaranja neke usluge, ne plaćajte unaprijed čitav iznos. Platite samo predujam, jer će Vam to omogućiti lakše rješavanje spora ako usluga ne bude (kvalitetno) obavljena.

Rješavanje prigovora potrošača moguće je samo ako ih potrošači dostave u pisanom obliku s opisom zbivanja i predmeta prigovora i ako uz pismo dostave i preslike računa i drugih potrebnih isprava.

## Prilog 6.

### Što znače informacije na obavijesti o proizvodu?

#### Popis sastojaka

Sastojci su navedeni redom, od najzastupljenijeg prema slabije zastupljenima (osim kod jogurta, gdje glavni sastojak, mlijeko, ne treba biti naveden). Ako je sastojak naveden u imenu, kao što je to slučaj s jagodama u „jogurtu od jagode“, ili ga se uobičajeno povezuje s proizvodom, kao što je to slučaj s janjetinom u „pastirskoj piti“, količina sadržana u proizvodu izražena je u postotku.

#### Upute za alergičare

Ovakve upute pomažu osobama koje su alergične na neke sastojke da uoče one koje trebaju izbjegavati. Nova pravila o označavanju propisuju da od studenog 2005. godine na obavijestima prehrambenih proizvoda trebaju biti navedeni svi sastojci alergenske prirode i sastojci koji su izvedeni iz njih. Neki se proizvođači odlučuju za posebne kućice u kojima su istaknuti podaci o alergijama. Njihovo je korištenje, međutim, dobrovoljne prirode, pa se potrošače potiče da uvijek pročitaju sastav prehrambenog proizvoda.

#### Informacije o prehrambenoj vrijednosti

Ove vam informacije govore koliko energije, proteina, ugljikohidrata i masti sadrži određeni prehrambeni proizvod. Mogu također biti navedene informacije o šećerima, zasićenim mastima, vlaknima, natriju, vitaminima i mineralima. Te su informacije navedene ako se radi o proizvodu koji nosi naziv „manje masnoće“ ili „manje kalorija“. Katkada proizvođači takve informacije namjerno stavljaju ako nije iskazana hranjiva vrijednost.

#### Datum valjanosti

Većina zapakiranih prehrambenih proizvoda navodi krajnji datum do kojega se preporučuje potrošiti navedeni proizvod, odnosno prije kojega on ne bi smio biti pokvaren. Na lako pokvarljivim proizvodima – primjerice na mlijeku, svježem siru, gotovim jelima i dimljenoj ribi – naći ćete naznaku „valjano do“. Hranu zbog opasnosti po zdravlje ne biste trebali trošiti nakon navedena datuma.

#### Upute o čuvanju hrane

Upute o čuvanju hrane upute su o tome kako koristiti hranu (na primjer, informacije o upotrebi pećnice, gdje čuvati hranu nakon otvaranja pakiranja te koliko će dugo nakon toga biti valjana), daju se ako je to potrebno.

## Tvrdnje o svojstvima hranjivosti

Tvrdnje o svojstvima hranjivosti, kao što je „manje masnoće“, koriste se radi naglašavanja pozitivnih svojstava pojedinog prehrambenog proizvoda. Zakon zabranjuje da ih se upotrebljava s ciljem zbunjivanja potrošača ili netočnog opisivanja svojstava prehrambenog proizvoda. Postoje posebna pravila kojima se ograničavaju određene tvrdnje o hranjivosti, a tvrdnja „manje masnoće“ podliježe zakonskim pravilima (prehrambeni proizvodi koji je nose ne bi smjeli sadržavati više od 3 grama masti na 100 grama mase, odnosno na 100 ml kod tekućina). Predloženi novi propisi Europske Unije regulirat će tvrdnje o hranjivosti, uključujući one o „manje masnoće“.

## Veličina

Kada ovaj simbol stoji iza mase ili volumena, znači da one mogu malo odstupati kod pojedinog pakiranja, ali da iskazana veličina predstavlja precizan prosjek.

## Oznaka zdravstvene kontrole

Svrha oznake zdravstvene kontrole jest omogućiti praćenje prehrambenog proizvoda radi zdravstvenih pitanja i kontrole sigurnosti. Oznaka se sastoji od podatka o zemlji prerade i koda koji navodi gdje je izvršen zadnji korak u postupku prerade. Na nekim mliječnim proizvodima nema oznake zdravstvene kontrole jer zakonom nije propisano da se ona mora pojaviti na pakiranju za maloprodaju. Ona se, međutim, nalazila na pakiranju za veleprodaju u kojem je bila prije nego je stavljena u prodaju u trgovini.

## Pojedinosti o kontaktu

Obavijest o proizvodu treba sadržavati ime i adresu proizvođača, mjesta pakiranja ili uvoznika. Ako ste nezadovoljni načinom na koji je na proizvodu stavljena deklaracija, obratite se trgovini u kojoj ste ga kupili, proizvođaču, nadležnom za pakiranje ili uvozniku. Smatrate li da su podaci netočni ili zbunjujući, obratite se s detaljima tijelima nadležnim za standarde trgovine ili zdravstvo i očuvanje okoliša.

## Zemlja podrijetla

Obavijest o proizvodu bi uvijek trebala navoditi stvarnu zemlju podrijetla da ne bi bio stvoren pogrešan dojam o podrijetlu prehrambenog proizvoda. Primjeri podataka koji bi mogli implicirati podrijetlo uključuju ime, zemljopisne karte, znakove ili boje (kao što su boje koje se nalaze na nacionalnoj zastavi).

## Reciklirani materijal

Trenutno ne postoji dogovorena etiketa ili simbol koji bi označavali da je pakiranje prehrambenog proizvoda izrađeno od recikliranog materijala. Simbol recikliranja na proizvodu ne mora nužno značiti da se radi o pakiranju izrađenom od recikliranog materijala. Takav znak može označavati da se samo radi o materijalu pogodnom za recikliranje. Kada se neki proizvod označi kao „recikliran“,

to znači da sadrži materijal koji je ponovno iskorišten ili prerađen. To ne znači i da je izrađen od 100% recikliranog materijala. Može se raditi o bilo kojem omjeru recikliranog i novokorištenog materijala.

### **Prehrambeni proizvodi bez glutena**

Ove su informacije korisne osobama koje ne podnose gluten ili boluju od celijakije. Zbog toga moraju izbjegavati hranu koja sadrži gluten, poput pšenice, raži i ječma. Nemoguće je, međutim, iz spomenutih žitarica potpuno izdvojiti gluten, pa neki od proizvoda koji su deklarirani kao proizvodi „bez glutena“ ipak sadrže male količine glutena. Trenutno ne postoje zakonske definicije fraze „bez glutena“, no tvrtke koje svoje proizvode žele opisati na takav način moraju poduzeti posebne korake da bi opravdale spomenutu tvrdnju.

### **Prehrambeni proizvodi pogodni za vegetarijance**

Tvrdnja „pogodno za vegetarijance“ je dobrovoljna, no ako je stavljena na neki prehrambeni proizvod, ne smije biti netočna ili zbunjujuća za kupce. Da bi mogao nositi logotip Udruženja vegetarijanaca, proizvod mora ispuniti određene pretpostavke koje propisuje samo Udruženje.

### **Ime i opis proizvoda**

Na etiketama prehrambenih proizvoda nije dopušteno koristiti netočna ili zbunjujuća imena ili opise. Tako, na primjer, okus „jogurta od jagode“ treba u potpunosti ili većim dijelom dolaziti od jagoda. Postoje nazivi koji ne trebaju biti u skladu s navedenim propisom jer se radi o „uobičajenim“ nazivima koji se ne smatraju doslovnim opisima prehrambenih proizvoda. Primjerice, „čokoladne školjkice“ ne sadrže školjke, a svi sastojci „zagrebačkog odreska“ nisu iz Zagreba.

## Prilog 7.

### Što moraš poduzeti prije puta radi zaštite vlastite sigurnosti

#### Važna napomena!

Prigodom odlaska na put (maturalac, izlet, izlet u inozemstvo) obavezno provjerite jeste li ponijeli sa sobom osobne dokumente (putovnica, osobna iskaznica, zdravstvena iskaznica), jeste li uzeli važne telefonske brojeve od konzulata ili veleposlanstva Republike Hrvatske, telefonske brojeve hitne pomoći ili policije), informirati se kome se možete obratiti u slučaju nezgode npr. krađa, izgubiti se, izgubljene stvari.

Nikome ni pod kojim uvjetima ne smijete davati svoje osobne dokumente osim onima u javnim ustanovama za koje pouzdano znate da su službene osobe (na ulici postoji mogućnost lažnog predstavljanja – policajac u civilu, detektivi u trgovačkim centrima i sl.

Važni dokumenti i novac nose se ili ostavljaju na skrivenom i sigurnom mjestu.

Po odredištima maturalca, (izleta, puta) ne odvajajte se od skupine, izbjegavajte hodati sami, prilikom izdvajanja (čak i prigodom odlaska u toalet) obvezno se javite nastavniku ili vođi puta.

Ove informacije služe tome da ne postanete žrtva trgovanja ljudima, krađe, i da se možete zaštititi u neugodnim i nepredviđenim situacijama.



*Neke od korisnih i praktičnih definicija za pojmove korištene u modulu.*

**Agencije** – odnosi se na posebne organizacije koje pomažu pružanjem savjeta, pripremom propisa ili obrazovanjem.

**Cjeloživotno učenje** – inicijativa čiji je cilj podrška trajnom usvajanju znanja, vještina i stavova, radi unapređivanja životnih vještina, profesionalnog razvoja i osposobljavanja zajednice za razvoj.

**Dijeta** – hrana koju konzumiramo prema nekom obrascu. Interes za to što jedemo i kako možemo unaprijediti svoju prehranu s nekim zdravstvenim ciljem.

**Direktive** (članak 249/EC) – direktive su jedna od tri vrste obvezujućih pravnih propisa koje koristi Zajednica. Usvajaju ih Europski parlament ili Vijeće (ako se koristi procedura zajedničkog donošenja odluka), ili samo Vijeće, ili Komisija u nekim okolnostima. Usmjerene su na države članice (...)

**Dug** – novac koji treba vratiti drugoj osobi ili tvrtci.

**Edukacija potrošača** – sredstva / izvori / savjeti / oglasi u formalnom ili neformalnom obrazovanju, čiji je cilj potrošačima pružiti vještine, znanja ili sposobnosti za razumijevanje pitanja koja su im važna.

**EU** – Europska Unija, čini je 27 zemalja članica – Austrija, Belgija, Bugarska, Cipar, Češka Republika, Danska, Estonija, Finska, Francuska, Grčka, Irska, Italija, Latvija, Litva, Luksemburg, Mađarska, Malta, Nizozemska, Njemačka, Poljska, Portugal, Rumunjska, Slovačka, Slovenija, Španjolska, Švedska i Ujedinjeno Kraljevstvo.

**EU Komisija** – čuvar je Sporazuma. Jedina ima ovlast predlaganja zakonodavstva temeljenog na Sporazumima i izvršava odluke Vijeća. Također je odgovorna za pravilnu primjenu europskih propisa od strane zemalja članica i ima ovlast uočene nepravilnosti prijaviti Europskom sudu pravde. Komisija se sastoji od 27 povjerenika (po jedan iz svake članice) koje zemlje imenuju na petogodišnji mandat, a na čelu joj je predsjednik. Pomažu im njihovi kabineti i kolektivno su poznati kao „kolegij“. Ostatak Komisije sastoji se od 19 Glavnih direktorata koji su zaduženi za područje različitih politika.

**Kompetencije** – sposobnosti bavljenja određenom tematikom (npr. potrošačima).

**Kreditiranje** – kupovina s odgodom plaćanja – kupac kupuje proizvode, dobra ili usluge koje plaća naknadno – npr. kreditnim karticama ili kreditom bez kamata.

**Nedostatak** – mana proizvoda zbog koje ne radi kako treba ili je oštećen (potrošač se na to treba žaliti što je ranije moguće da bi dobio naknadu).

**Obavijest o proizvodu** – sukladno odredbama novog Zakona o zaštiti potrošača riječ deklaracija zamijenjena je sintagmom obavijest o proizvodu: označavanje – metoda davanja najvažnijih informacija o proizvodu (neke od tih informacija mogu biti i zakonski obvezne).

**Pogrešan opis** – opis proizvoda koji nije točan i može biti zavaravajući.

**Potrošač** – osoba koja kupuje dobra i usluge.

**Potrošnja** – kupovina dobara i usluga, koliko ljudi konzumiraju.

**Povrat** – povrat sredstava od strane neke tvrtke, npr. u slučaju kupnje proizvoda s nedostatkom ili prekomjerno naplaćene usluge.

**Preporuke** (članak 249/EC) – jedna od dviju vrsta neobvezujućih akata prema Rimskom ugovoru; nemaju pravnu snagu, ali se pregovaraju i donose u skladu s propisanim postupkom (npr. suodlučivanjem i sl.). Mogu ih usvojiti Europski parlament i Vijeće (u slučaju suodlučivanja) (...)



**Roba** – proizvodi koji se prodaju.

**Standardi prometa** – standarde prometa promovira odjel za zaštitu potrošača, savjetujući potrošače i tvrtke o njihovim pravima i obvezama.

**Ugovori** – sporazumi (pravno obvezujući) između stranaka, npr. potrošača i tvrtke (npr. tvrtka se obveže popraviti krov, a potrošač se obveže platiti izvršenje posla).

**Uslužna djelatnost** – tvrtka koja potrošačima pruža određenu vrstu usluge – npr. restaurant, agencija za promet nekretninama, banka.

**Zakonodavstvo** – propisi koji se odnose na neko područje, u ovom slučaju pravo potrošača i pravo trgovačkih društava.

### **Korišteni materijali i linkovi**

<http://www.vlada.hr>

<http://www.ljudskaprava-vladarh.hr>

[http://www.azoo.hr/projekti/nacionalni\\_programi/](http://www.azoo.hr/projekti/nacionalni_programi/)

<http://europa.eu/education>

<http://www.dolceta.eu>

<http://www.sigurnost.tvz.hr>

<http://www.potrošac-split.org>

Pravobraniteljica za djecu

Udruge za zaštitu potrošača

    Varaždinski potrošač

    Udruga Dalmatinski potrošač

Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva

Hrvatski zavod za javno zdravstvo

Zakon o zaštiti potrošača

Nacionalni program zaštite potrošača 2005–2006. i 2007–2008.

Nacionalna program za promicanje i zaštitu ljudskih prava u Hrvatskoj

Klaus Berger: Metoda radionice budućnosti (2009.), priručnik, [www.azoo.hr/projekti](http://www.azoo.hr/projekti)

## UPITNIK ZA EVALUACIJU PRIRUČNIKA I UDŽBENIKA

za odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača

a) OŠ b) SŠ

1. Je li priručnik i udžbenik koristan i upotrebljiv?
  - 1.1. Da, u potpunosti
  - 1.2. Da, djelomično
  - 1.3. Ne
2. Koje su teme bile najkorisnije i najzanimljivije učenicima? Navedete nazive tema.
  - 2.1. \_\_\_\_\_
  - 2.2. \_\_\_\_\_
  - 2.3. \_\_\_\_\_
  - 2.4. \_\_\_\_\_
  - 2.5. \_\_\_\_\_
3. Jeste li uočili nedostatke i slabosti priručnika i udžbenika koje bi trebalo u sljedećem izdanju otkloniti? Imate li primjere dobre prakse? Molimo Vas iznesite svoje prijedloge i sugestije.

4. Vaša završna poruka \_\_\_\_\_

---

Potpis:

\_\_\_\_\_

Upitnik popunjavaju nastavnici na kraju školske godine i dostavljaju u Agenciju za odgoj i obrazovanje, Donje Svetice 38, 10 000 Zagreb

Zahvaljujemo na suradnji!

Viši savjetnici za nacionalne programe:

Nevenka Lončarić-Jelačić  
nevenka.loncaric-jelacic@azoo.hr

mr. sc. Tomislav Ogrinšak  
tomislav.ogrinsak@azoo.hr



PREDGOVOR .....	5
UVOD .....	7
Svrha odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača .....	8
Koji se didaktički model odgoja i obrazovanja za zaštitu potrošača najbolje uklapa u koncept „demokratsko građanstvo i ljudska prava“? .....	9
Na koji način možemo u nastavi prenijeti VRIJEDNOSTI? .....	9
Koje ciljeve slijedi odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača? .....	10
Koje su teme vezane za odgoj i obrazovanje o zaštiti potrošača? .....	10
Koje kompetencije trebamo razviti odgojem i obrazovanjem za zaštitu potrošača? .....	11
Kako integrirati odgoj i obrazovanje za zaštitu potrošača u nastavni proces .....	12
<b>Tema: PRAVILNA PREHRANA.</b> .....	15
<b>Tema: PRAVILNA PREHRANA I MEDIJI I REKLAME</b> .....	19
<b>Tema: ZAŠTITA OKOLIŠA.</b> .....	23
<b>Tema: IGRAČKE.</b> .....	24
<b>Tema: ODNOS PREMA NOVCU</b> .....	25
<b>Tema: MEDIJI I REKLAME.</b> .....	27
KURIKULUM ODGOJA I OBRAZOVANJE ZA ZAŠTITU POTROŠAČA OSNOVNA ŠKOLA .....	33
VREDNOVANJE .....	39
Prilog 1. Primjeri obilježavanja Dana potrošača u školama .....	41
Prilog 2. Primjeri tablice koje se mogu koristiti u istraživanju – prilagoditi uzrastu. ....	45
Prilog 3. Generacija koja jede lošu hranu .....	46
Prilog 4. Održivost: važna pitanja... ..	48
Prilog 5. Pet zlatnih pravila koje potrošači trebaju znati .....	49
Prilog 6. Što znače informacije na obavijesti o proizvodu? .....	50
Prilog 7. Što moraš poduzeti prije puta radi zaštite vlastite sigurnosti .....	53
POJMOVNIK .....	55
UPITNIK ZA EVALUACIJU PRIRUČNIKA I UDŽBENIKA .....	57

