

# Popis výukového materiálu s využitím ICT

## NÁZEV/TÉMA: Komunikace

Vyučovací předmět: Marketing a management Škola: SOŠ a SOU – MŠP Letovice

Učitel: Ing. Jana Plchová Třída + počet žáků: P2B – 24 žáků

Časová jednotka: 2 vyučovací hodiny

**Použité metody:** frontální výuka podporovaná audiovizuální technikou, výuka podporovaná počítačem, problémové úlohy, diskuze

**Formy:** prezenční

**Uspořádání třídy:** žáci sedí v lavicích vedle sebe, později vytvoří 8 skupinek po 3 žácích

### Charakteristika třídy

Třídu tvoří žáci II. ročníku nástavbového studia oboru Podnikání, kteří jsou vyučeni v nejrozličnějších učebních oborech (truhláři, automechanici, opraváři zemědělských strojů, kadeřnice, zahradnice atd.). Z celkového počtu žáků této třídy se aktivně o předmět zajímá cca 60 %. Výuka předmětu „Marketing a management“ je zahajována pravidelně aktualitou (trvá cca 3 – 5 minut) z oblasti řízení lidských zdrojů, kterou si připraví žáci dle zpracovaného harmonogramu. Žáci čerpají informace z přílohy denního tisku (Hospodářské noviny) nazvané „Kariéra“, případně z týdeníku Ekonom, kde si sami vyberou text, který je zajímavý. Následuje krátká diskuze na téma vybrané aktuality.

### Situace:

Probíraná látka je součástí obsahové náplně práce manažera, kam náleží již probrané kapitoly na téma „Rozhodování“, „Plánování“, „Organizování“, „Vedení“ atd.

### Kompetence:

Téma posiluje klíčové kompetence žáků v oblasti kompetencí k celoživotnímu učení, k pracovnímu uplatnění a podnikání, dále kompetence personální a sociální i kompetence komunikativní.

### Výstupy:

Žáci rozliší verbální a neverbální komunikaci, uvedou příklady výhod ústní i písemné komunikace, vymezí směr průběhu komunikace ve firmě a na příkladu popíší vnější komunikační systémy.

**Výukové cíle:**

Cílem výuky je seznámit žáky s významem komunikace v pracovním procesu i osobním životě, vysvětlit schéma komunikačního procesu a popsat komunikační šumy a jejich příčiny. Dále odlišit komunikaci vnitřní (probíhá uvnitř firmy) rozdělenou na písemnou a ústní a komunikaci vnější, která se uskutečňuje mezi firmou a jejím okolím.

---

**Stručný popis obsahu (anotace výukového materiálu):**

Výukový materiál obsahuje 16 stran prezentace zpracované v programu PowerPoint. Zahrnuje informace obsahující přehledně zpracovanou kapitolu „Komunikace“. Materiál uvádí význam komunikace, schéma komunikačního procesu, popis a příčiny komunikačních šumů, rozdělení komunikace na vnitřní (písemnou a ústní) a vnější. Materiál obsahuje i úkoly pro žáky.

**Popis využití (konkrétní zapojení do výuky):**

Tato prezentace slouží žákům ke snadnější orientaci v probírané problematice a k lepšímu pochopení učiva. Výklad učitele je doprovázen prezentací, tudíž je podporováno sluchové i zrakové vnímání žáků.

**Soupis vybavení nutných k realizaci:**

K realizaci je nutný dataprojektor a notebook.

**Příložené soubory - vytvořené materiály:**

Přílohou je 16 stran prezentace vytvořené v programu PowerPoint.

---

**Pedagogická reflexe (co se mi podařilo, co mohu příště udělat lépe):**

Při probírání učiva na téma „Komunikace“ si žáci uvědomili, jaký význam pro pracovní tým komunikace představuje. Uváděli příklady ze školní praxe, která je jim zatím nejbližší, protože mnoho praktických pracovních zkušeností v kolektivu zaměstnanců zatím nemají.

S komunikačním procesem se setkáváme všichni denně, a to nejenom na svých pracovištích, ale i v našich domovech. Žáci často přiznávají, že v rodinách není komunikaci mezi členy domácnosti přikládán význam, jaký by měla mít.

**Datum vytvoření:** 7. 3. 2012