

5.B SAMOŠTÚDIUM 30.11.2020 –4.12.2020

SJL - PaedDr. Krajčovičová

ODBORNÝ ŠTÝL (náučný štýl) vyskytuje sa v odbornej literatúre. Patria sem všetky odborné texty, prednášky, referáty, koreferáty, recenzie, monografia, štúdia, dizertácia (rozprava), odborný článok, vedecký opis, recenzia, posudok, kritika, pracovný návod, debatný príspevok

Základné vlastnosti náučného štýlu: Jeho funkciou je poučiť, vysvetliť.

1. **PÍ SOMNOSŤ:** väčšina textov má písanú podobu. Veta môže byť komplikovaná, pretože príjemca sa k textu môže niekoľkokrát vrátiť. Prevládajú dlhšie vety a súvetia, aj zložené.
2. **MONOLOGOCKOSŤ:** využíva len spisovnú podobu jazyka, úvodzovky znamenajú citáciu
3. **VEREJNOSŤ:** texty sú určené širokej verejnosti.
4. **ODBORNOSŤ a PRESNOSŤ:** údaje musia byť presné, jasne formulované, odborný text pracuje s pojmami, termínmi, odbornosť sa dodržiava pomocou lexiky, využíva sa terminológia vedných odborov.

Typické sú odborné termíny (odborné slová), cudzie slová, tabuľky, grafy, schémy, obrazový materiál, zložité súvetia a pod. Značky, skratky, skratkové slová (TANAP). Multiverbizácia (namiesto minerálka povieme minerálna voda)

Odborný štýl sa rozdeľuje na **vedecko-náučný a populárno - náučný štýl**.

Vedecko - náučný štýl

- Využíva termíny a knižné slová
- Má prísne logickú kompozíciu (presná štruktúra)
- Náročná stereotypná štylizácia z hľadiska morfológie a syntaxe
- Presná vedecká argumentácia, citácia, parafrázovanie, bibliografia
- Neutrálnosť, nezaujatosť výkladu (zákony, leták z liekov)

dizertácia (rozprava) - vedecká správa, ktorá prináša poznatky z vedeckej činnosti. Delí sa na:

1. monografia (zaoberá sa podrobne jedným problémom)
 2. dizertačná práca (doktorát) - správa z oblasti vedeckého výskumu doktoranda
 3. habilitačná práca (docentúra) - správa z oblasti vedeckého výskumu docenta
- **vedecká štúdia** - zverejňuje výsledky práce, napr. vo vedeckých časopisoch
 - **odborný referát** - obsahuje údaje a podrobnosti o referovanej téme a vyzýva čitateľa o ďalší, bližší záujem
 - **vedecká prednáška** - jedna z foriem zverejňovania výsledkov vedeckej práce
 - **odborný článok** - sprostredkúva originálne výsledky vedecko-výskumnej práce
 - **žiacke a študentské odborné práce**

Populárno-náučné útvary:

- majú voľnejší výber slov
- majú voľnejšiu kompozíciu, členenie textov na odseky
- majú pestrejšiu, pôsobivejšiu štylizáciu, beletristické a rečnícke prvky
- používajú voľnú citáciu alebo parafrázovanie bez bibliografie
- obsahujú silnú didaktickú a presvedčiaciu zložku
- sú subjektívnejšie (autor prejavuje svoj názor)

Cieľom populárno-náučných útvarov je objasnené poznatky rozšíriť medzi neodbornú verejnosť.

Vedecké a technické problémy sa podávajú prístupnou a zaujímavou formou. Autor sa tu angažuje a pridáva aj svoje názory a hodnotenia.

Medzi populárno-náučné útvary patrí:

- **popularizačný článok**
- **popularizačná prednáška**
- **recenzia** - kritický rozbor umeleckého, odborného alebo vedeckého diela, ktorý obsahuje jeho odôvodnené hodnotenie; patrí k publicistickým žánrom

ANJ – Mgr. Ondrušová

Slovná zásoba 10. lekcie: v pracovnom zošite na str. 82 vypracujte cv. 1, 2 podľa zadania, a na str. 84 vypracujte cv. 1, 2 podľa zadania. Pracujte so slovníkom.

ANJ – Mgr. Valachová

nahrávka: https://www.nucem.sk/dl/2276/MS2011_AJB1.mp3

test: <https://www.nucem.sk/dl/2084/AJ-9516.pdf>

klúč: https://www.nucem.sk/dl/2036/MS_2011_RT_kluc_AJB1.pdf

ML p. 154/ listening, 155, 156-157

ML p. 163/ A, C

ANJ - Mgr. Rybanský

Task 1

First describe and compare the pictures related to the topic of Home and Housing. Then talk about the following questions:

- What objects are the rooms in our homes decorated with?
- Do you agree with the saying “Good walls make good neighbours”?



Task 2

Answer the following questions related to the topic of Ways of Dressing and Fashion:

- What outfits and accessories do people wear for work and school?
- What outfits and accessories do people put on for weddings, anniversaries or graduation ceremonies?
- What clothes are people dressed in when the weather is freezing cold or baking hot?
- Can we find out anything about a person’s character by looking at their clothes?
- Do you want to wear the outfits presented by models on the catwalk?
- How many pieces of clothing does a person need to own? What should we do to make our clothes last long?

Task 3

A simulation related to the topic of Slovakia.

Your distant relatives from the USA are planning to visit Slovakia for the first time. They would like to spend some time travelling around the country and seeing the sights. Make a list of the places which you recommend seeing during their stay. Add a short description of each sight to explain your choice. You can choose one castle, one historical town centre, one natural park, one spa town and one cultural event.

Task 1

First describe and compare the pictures related to the topic of Multicultural Society. Then talk about the following questions:

- Do you think that our country should welcome the immigrants from Africa or Asia with open arms?
- Do you think the Roma minority is treated fairly by the Slovak majority?



Task 2

Answer the following questions related to the topic of The Country whose Language I have been learning.

- Why is the English language the coolest, most pleasant and important language in the world today?
- How is the government elected in the UK/US? Who is the head of government in those countries?
- What do you know about the geography of the UK/the US?
- Which British and American cities and national parks would you visit if you could?
- Which famous Brits or Americans do you consider inspiring?
- Which special days do Americans and Brits celebrate with pride or pleasure?

Task 3

A simulation related to the topic of Ways of Dressing and Fashion.

The student's task: You are in a clothes shop with your mother. You are looking for a formal suit/dress which you are going to wear for special occasions this year. Your mum is too conservative and very critical of the latest eccentric outfits. You have different taste in clothes. You want to choose your outfit yourself. The outfit should match your age and personality. Explain what sort of outfit you find fashionable as well as comfortable. Refuse your mother's suggestions politely.

NEJ - Mgr. Nováčiková

1. skupina (zač.) + 2. skupina (zač.)

- naučiť sa slovnú zásobu z 19. lekcie
- s. 79 - Auf Klassenfahrt bei unseren Nachbarn
- s. 80/1 a – pracujte s textom: Kennen Sie die Slowakei? Prirad'te texty k obrázkom.
- s. 224/1 a, b
- s. 224/2

Tento týždeň mi neposielajte vypracované cvičenia.

3. skupina (pokročili)

- s. 98 - 99: slovná zásoba naučiť sa
- s. 90/1
- s. 92/1, 2 - Leseverstehen
- s. 93/1, 2, 3 - Leseverstehen

- s. 94/1
- s. 94/2 – napíšte pohľadnicu – text vo Worde

Učíte sa slovíčka a danú tému, ktorú sme si dohodli na preskúšanie vo štvrtok 3.12. o 9.00 hod. Tento týždeň mi pošlite pohľadnicu do štvrtku do 24.00 hod.

RUJ - PhDr. Bohilová

Pracujeme s učebnicou Raduga 2

- nová slovná zásoba lekcia 5 str.91, 92 prečítať nahlas, pozor na prízvuk a výslovnosť
 - upevňovanie učiva:
 - väzba **можно + неурчиток** a kladná alebo záporná odpoveď
 - prečítajte si otázky str. 93 cv. 2.2 a na str. 95.cv.2.6 s možnými odpoveďami
- domáca úloha: str. 95 cv. 2.6 – vytvorte otázky k obrázkom a odpovedajte reálne, či značka zobrazuje zákaz alebo nie. (kto nemá vodičský preukaz, skúsi si domyslieť)

PRN – Mgr. Chudá

Spoluvlastníctvo, oprávnenosť a povinnosti z neho:

Vec môže byť v spoluvlastníctve viacerých vlastníkov. Spoluvlastníctvo sa rozdeľuje na vlastníctvo: podielové a bezpodielové.

Podielové vlastníctvo je také, kde jednu vec (napr. dom) vlastní viacero vlastníkov, čiže je to vlastníctvo rozdelené medzi viaceré osoby, ktoré v ňom majú svoj podiel.

Bezpodielové vlastníctvo je také vlastníctvo, ktoré možno vidieť u manželov. Čiže je to majetok, ktorý počas manželstva spoločne nadobudli.

Charakteristické znaky podielového vlastníctva – je vyjadrenie jeho podielu aj miera oprávnenia nakladať s vlastníctvom. O hospodárení rozhodujú spoluvlastníci väčšinou podľa veľkosti podielov. Predkupné právo zo zákona – spoluvlastníci majú zo zákona predkupné právo na vec.

Majetok možno získať aj **dedením** teda prechodom majetku zo zosnulého na pozostalého. Dedičstvom sa zaoberá ďalší druh práva **dedičské právo**. Rozoznávame pritom štyri skupiny dedičov zo zákona:

1. manželka poručiteľa a jeho deti
2. manželka, rodičia poručiteľa, ostatní, ktorí žili aspoň rok pred smrťou v spoločnej domácnosti
3. súrodenci a tí, ktorí aspoň jeden rok žili s poručiteľom v spoločnej domácnosti
4. prarodičia poručiteľa

Zákon však stanovuje možnosť zisku majetkom aj na základe testamentu. Testament napíše vlastník majetku a určí v ňom kto má byť nasledovným majiteľom jeho majetku.

EKN - Ing. Vichnárová

1. Systém burzy
 2. Miesto a úloha bánk v ekonomike
- Popis podsystemu vyrovnania obchodov.*
Popis informačného, regulačného a kontrolného podsystemu.
Diskusia o význame a úlohe bánk.
Vysvetliť príčiny vzniku bánk.
Vymedzenie významu a úloh bánk pre ekonomiku.

Učivo je žiakom vysvetlené prostredníctvom videokonferencie.

Učebný materiál je zaslaný na mailové adresy žiakov.

HGM - Ing. Ičová

Téma: Ekologický manažment a ekologický cestovný ruch

Učivo bolo zaslané žiakom do spoločnej skupiny na messengeri.

Žiaci vypracovali odpovede na otázky ručne

- Popíšte hlavné faktory ekologického manažmentu

- Definujte pojem ekologizácia
- Popíšte ekologickú značku Európsky kvet a environmentálne vhodný produkt
- Popíšte ekologický cestovný ruch

Dňa 2.12.2020 prebehne ústne preskúšanie žiakov podľa harmonogramu, ktorý žiaci dostali do spoločnej skupiny na messengeri

HGMc - Ing. Ičová

Téma: Úver + Žiadosť o úver

Žiaci vytvoria v podnikateľskom pláne kapitolu „Finančný plán“, a podkapitolu „Úver“, Žiaci napíšu túto časť v rozsahu 1 strany A4 podľa parametrov uvedených v pokynoch písania podnikateľského plánu.

Úloha 1: napísať o aký úver sa jedná, pričom jeho čerpanie začalo už pri otvorení podniku. Vymyslia účel- na čo potrebovali úver (rekonštrukcia, nákup zariadenia, prestavby.....), prečo nečerpali prostriedky z vlastných zdrojov, aká bude celková výška úveru + podrobný rozpis koľko bude stáť materiál, práca....., ako dlho budú úver splácať, čím budú za úver ručiť.

Úloha 2: Zároveň žiaci vypracujú prílohu ku kapitole úver- Žiadosť o úver. Inštrukcie k vypracovaniu tejto prílohy dostali žiaci na predchádzajúcej online hodine.

Počas ďalšej online hodiny bude zadanie skontrolované osobne prostredníctvom aplikácie „Meet,, Obidve úlohy zašlú žiaci na email vyučujúcej do **2.12.2020 do 8,00h**

SCR - Ing. Pavlovičová

TÉMA: Kvalita služieb a jej základné znaky

Je to súhrn užitočných vlastností, znakov, ktoré dávajú **schopnosť uspokojovať potreby a naplňovať očakávania návštevníkov v cestovnom ruchu**

Pritom ale **kvalitu nechápeme len ako niečo najlepšie, najdrahšie**, pretože návštevník môže byť spokojný napríklad aj s jednoduchším ubytovaním, užším sortimentom jedál a nápojov, ktoré sú ale chutné. Zvyčajne **návštevník v CR pod kvalitou služieb rozumie súlad svojich predstáv o službe so skutočnosťou.**

Kvalita služieb je teda aj subjektívnou kategóriou, pri ktorej zákazník porovnáva dosiahnutú kvalitu s očakávanou kvalitou služby – je nevyhnutné klásť dôraz na vnímanie kvality služieb zákazníkom Služba má však aj objektívnu stránku kvality, ktorá sa dá ľahko overiť, napr. nejakými merateľnými výsledkami ako sú rýchlosť poskytnutia služby, presnosť poskytnutia...

Znakom kvality sú užitočné vlastnosti a tie vám idem rozpísať,

!!! dúfam, že pojmy dopyt, ponuka sa vám nepletú a viete, čo je čo ktorý pojem!!!

Znaky služby z hľadiska dopytu /zákazníka/

- Spôľahlivosť /schopnosť poskytnúť to, čo sa sľúbilo/
- Serióznosť /schopnosť vyvolať dôveru/
- Dojem /fyzická vybavenosť zariadenia, estetickosť prostredia, vzhľad, upravenosť pracovníkov/
- Orientácia na zákazníka /miera akou sa venuje individuálna pozornosť zákazníkovi/
- Zodpovednosť /ochota pomáhať zákazníkovi, poskytovať im včas informácie a služby/

Znaky procesov poskytovania služby z hľadiska ponuky /poskytovateľa služby/

- Pracovníci /počet, odbornosť, ochota pomáhať, zdvorilosť, presnosť, empatia../
- Technická vybavenosť strediska CR
- Pracovné postupy pri poskytovaní služieb
- Marketing – najmä prieskum dopytu, potrieb a očakávaní zákazníkov, prieskum konkurencie
- Poskytovanie informácií zákazníkovi

Znaky kvality **vnímané zákazníkom /teda na strane dopytu/** sa od znakov kvality na strane ponuky líšia tým, že zákazník hodnotí služby zvyčajne po ich poskytnutí ako zážitok z poskytnutej služby. Na strane ponuky je možnosť preventívne, priebežne i následne hodnotiť proces poskytovania služby a riadiť ho.

Efektívny systém riadenia kvality sa označuje ako manažérstvo kvality

ÚLOHA:

Pripraviť sa na skúšanie z témy služby cestovného ruchu, skúšam každého zvlášť podľa časového harmonogramu, rozpis máte uvedený v skupine

SPC - Ing. Pavlovičová

TÉMA: Typológia účastníkov CR

TÉMA: Typy účastníkov podľa temperamentu

Aktívny pôžitkár - orientuje sa na pôžitok, telesný blahobyť, je náročný spotrebiteľ, športovo aktívny, má „technické rozmazy“, mierne vyvinutý zmysel pre ochranu životného prostredia, snaží sa o štýlovú sebarealizáciu, cestovanie je pre neho dôležitým prejavom existencie.

Podiel: do roku 2 000 cca - 30-40%, neskôr stagnácia

Reagujúci na nové trendy - voľný čas a dovolenka sú pre neho nástrojom zvyšovania osobného sebavedomia; zameraný je na ducha doby, má spotrebné, cieľavedomé a kritické správanie sa, je politicky a kultúrne zainteresovaný, ekologicky informovaný, spontánny.

Podiel: do roku 2 000

cca 20%,

neskôr výrazný rast

Rodinný - voľný čas a dovolenku prežíva spoločne s rodinou, príbuznými, priateľmi; ide mu najmä o spoločne prežitý čas, atmosféru

útulnosti a skupinové zážitky

v dôvernej atmosfére;

je si vedomý vzťahu cena - služba, v spotrebnom správaní si uvedomuje kvalitu, snaží sa uvedomele správať aj vo vzťahu k životnému prostrediu, navonok je mierne aktívny.

Podiel do roku 2 000 cca 20%, aj potom

Iba dovolenkár - dovolenkujú iba zo zvyku, vo voľnom čase uprednostňuje pasívne zotavenie, nezaujíma sa o módu a spoločenské trendy, prejavuje málo nadšenia pre experimentovanie a zmenu, má slabo formované spotrebné správanie a mierne až intenzívne uvedomele správanie s v životnom prostredí.

Podiel pred rokom 2 000 cca 30%, silný pokles

Trendy ovplyvňujúce motivácie

a potreby dovolenkárov

Potreby a motivácie ako zložky subjektívneho prežívania VČ podliehajú aj vplyvom vonkajšieho prostredia:

- slabšie zdôrazňovanie ekonomických hodnôt
- rast významu nehmotných hodnôt (zdravie..)
- oceňovanie individuality (odboj proti všeobecnej anonymite v mase)
- silnejúca snaha po nezávislosti (oslobodenie od tradičných spoloč. noriem a tlakov)

Hippokratovo rozdelenie typológie osobnosti

Sangvinik (*sanguis*, lat. = krv)

Vyznačuje sa predovšetkým primeranou reaktivitou, čo znamená, že na slabé podnety reaguje slabšie, na silné silno, dominuje u neho reakcia tzv. slamený oheň, to znamená, že zážitky doznievajú rýchlo a sú prítomné rýchlo zmeny zamerania. Sangvinik je prispôsobivý, emočne vyrovnaný, aj keď je do určitej miery nestály a ľahkovážny, je optimistický, často veselo ladený, jeho prežívanie zážitkov ale aj citov nie je veľmi hlboké. Ide o emočne stabilného extroverta.

- Dobré vlastnosti sangvinikov: Sú zvedaví, dobrí rozprávači, citliví, hraví, demonštratívni, kreatívni, priateľskí. Nepremýšľajú príliš veľa nad minulosťou, teda žijú v prítomnosti...
- Zlé vlastnosti sangvinikov: Sú naivní, hluční, urážliví, zabudliví. Radi preháňajú, nedokážu sa sústrediť...

Slávni sangvinici: Franklin Delano Roosevelt, Bill Clinton, Robin Williams...

Cholerik (*cholé*, gr. = žlč)

Má sklony k výbuchom hnevu až k agresii, ťažko sám seba ovláda a reaguje často impulzívne, bez hlbšej rozvahy, je netrpezlivý, panovačný, vyžaduje od svojho okolia ústupky, ktorých často nie je sám schopný, je egocentrický a emočne labilný, ľahko citovo vzplanie, navonok reaguje rýchlo, silno a často bez zábran. Ide o emočne labilného extroverta.

- Dobré vlastnosti cholericov: Sú dynamickí, nezávislí, starostliví, samostatní, dobrí organizátori. Radi spolupracujú, s problémami sa radi vysporiadajú...
- Zlé vlastnosti cholericov: Sú netrpezliví, málo empatickí, príliš dominantní, panovační, výbušní, dobrí manipulátori. Zriedka sa ospravedľujú, nevie sa odreagovať.

Slávni cholericí: Napoleon Bonaparte, Margaret Thatcherová, Bill Gates, Oprah Winfreyová..

Flegmatik (phlegma, gr. = hlien

Je emočne značne vyrovnaný, pre pozorovateľa sa javí ako ľahostajný, vzrušujú ho iba veľmi silné podnety, je stály, často pôsobí spokojne, je veľmi pokojný až chladnokrvný, čo môže pripomínať až apatiu, hlbšie vzťahy nadväzuje iba k malému okruhu osôb, často absentujú väčšie životné ambície a požiadavky, z čoho pramení často až životná pasivita, nemá rád zmeny a pohybovo býva skôr úsporný. Ide o emociálne stabilného introverta.

- Dobré vlastnosti flegmatikov: Sú pohodoví, pokojní, sympatickí, milí, tichí, premýšľajúci, šikovní pracovníci, dobrí poslucháči. Vyhýbajú sa konfliktom a hádkam, šikovne pracujú, hoci aj pod nátlakom...
- Zlé vlastnosti flegmatikov: Sú lakomí, leniví, bojazliví. Vyhýbajú sa zodpovednosti za jednotlivé veci, ktoré berú na ľahkú váhu. Ťažko si hľadajú motiváciu.

Slávni flegmatici: Keanu Reeves, Calvin Coolidge, Tim Duncan,

Melancholik (melan-cholé, gr. = čierna žlč/

Je precitlivejší, často má depresívne sklony, je skôr uzavretý, tichý až nesmelý, no svedomitý, zodpovedný, horšie nadväzuje nové vzťahy, no jeho city sú trvalé, je lojálny, ťažšie sa prispôsobuje, a je skôr pomalý. Je to emočne labilný introvert.

- Dobré vlastnosti melancholikov: Sú nadaní, kreatívni, maximalistickí, filozofickí, starostliví, obetaví, idealisti, duševne a umelecky založení. Riešia nie len svoje, ale aj problémy iných.
- Zlé vlastnosti melancholikov: Sú pesimisti, masochisti, kritickí, neistí. Majú časté sklony k depresiám, pamätajú si hlavne na negatívne veci, často sa vrtajú v minulosti, tým pádom im unikajú zážitky z minulosti, ľahko sa môžu stať hypochondrami.

Slávni melancholici: Ernest Hemingway, Hillary Clintonová, Vincent van Gogh...

4 typy osobností podľa Hippokrata v praxi

Ukážme si, ako by sa štyri typy osobnosti podľa Hippokrata zachovali v praxi.

Predstavme si, že sa pred niekým objaví prekážka: veľký balvan / veľký kameň.

- Ako by sa zachoval sangvinik? – *Balvan/kameň buď s radosťou obíde, alebo cez neho prelezie.*
- Ako by sa zachoval choleric? – *Kvôli nečakanej prekážke by sa nehneval a celou svojou fyzickou silou by sa snažil kameň odtlačiť.*
- Ako by sa zachoval flegmatik? – *Popremýšľa, či sa mu oplatí pokračovať v ceste. Sadne si a bude premýšľať o ďalšom jeho postupe.*
- Ako by sa zachoval melancholik? – *Nemá rád konflikty, práve pre tento dôvod veľký balvan okľukou obíde.*

ÚLOHA:

Pripraviť sa na skúšanie tematiky – štýl práce sprievodcu, formálne a neformálne skupiny, pozorovanie a hodnotenie účastníkov. Niektorí máte ešte doplniť odpoveďou aj úvodné časti sprievodcovskej činnosti! Hovorili sme o tom pri predchádzajúcom skúšaní

UCT – Ing. Beková

- **OPAKOVANIE NÁKLADOV A VÝNOSOV**
- **RIEŠENIE PRÍKLADU**

- účtovanie nákladov a výnosov – poslané na mail žiakov k 23. 11. 2020

- **OPAKOVANIE MATURITNÝCH ZADANÍ - poslané na mail žiakov k 16. 11. 2020**

- Majetok
- Členenie a charakteristika majetku
- Členenie a charakteristika dlhodobého majetku
- Členenie a charakteristika krátkodobého majetku

IKT – Ing. Beková

Úloha:

- **Príprava na praktickú časť maturitnej skúšky**
- **Prezentácia k podnikateľskému plánu – snímky č. 19, č. 20 – nacvičovať**

MAR – Ing. Chalupová

Téma: proces rozhodovania o nákupe

Proces sa skladá z piatich krokov:

1) **Poznanie problému** – kupujúci spozná problém alebo potrebu, potreba môže vyvierat' z vnútorného podnetu /hľad, smäd/, ale môžu ju vyvolať aj vonkajšie podnety /keď vidíme čerství rohlík vytvára sa pocit hladu/

2) **Zhromažďovanie informácií** – výsledkom tejto etapy je, že spotrebiteľ pozná lepšie značku a jej vlastnosti. Spotrebiteľ si môže prečítať v novinách, že určitý OD rozširuje ponuku, zapamätá si to pre budúcnosť pretože nepociťuje okamžitú potrebu kúpiť si tento produkt. Táto informovanosť je neutrálna. Na druhej strane ak spotrebiteľ si je vedomý existencie produktu a pociťuje okamžitú potrebu informovať sa o výrobku sa to mení na záujem. Čím väčší je záujem, tým väčšiu pozornosť bude spotrebiteľ venovať produktu. Spotrebiteľ môže získavať informácie z niekoľkých zdrojov:

- Personálne zdroje – rodina, priatelia, susedia, známi,
- Komerčné zdroje – reklama, predávajúci, sprostredkovatelia, obaly,
- Verejné zdroje – masovokomunikačné prostriedky, hodnotenie spotrebiteľských organizácií,
- Skúseností – manipulácia, skúšanie.

Ak spotrebiteľ stratí záujem a proces rozhodovania sa naručí a môže sa skončiť.

3) **Hodnotenie alternatív** – je založené na zhromažďovaní informácií.

- Je charakteristická otázka, ako spotrebiteľ medzi alternatívnymi produktmi vyberá;
- Pri hodnotení alternatív produktov sa používajú tieto pojmy:

a) **Súbor vlastností produktu** – jednotlivec rozhoduje na tomto základe. Spotrebiteľia sa odlišujú v tom, ktoré z vlastností považujú za významné. Vlastnosť – znak, ktorý reprezentuje základné funkcie produktu; vlastnosti sú komerčným nástrojom diferenciacie výrobku. Najviac pozornosti spotrebiteľ venuje tým vlastnostiam, ktoré súvisia z jeho potrebami.

b) **Rozdielny stupeň dôležitosti jednotlivých vlastností** – každý spotrebiteľ priraduje stupeň dôležitosti jednotlivým vlastnostiam podľa svojich potrieb.

c) **Súbor domniek o značkách** – každej značke sú priradené iné vlastnosti. Súbor predstáv o vybranej značke je známy ako image značky.

d) **Užitočná funkcia** – ukazuje, ako sa v závislosti od úrovne príslušnej vlastnosti mení celkové uspokojenie, ktoré spotrebiteľ očakáva od produktu.

e) **Hodnotiace procedúry** – na základe nich spotrebiteľ získava svoj postoj k produktom jednotlivých značiek. Spotrebiteľ používa jednu alebo viacej procedúr, čo závisí od spotrebiteľa a jeho nákupného správania. Znamená to akým spôsobom pristupuje spotrebiteľ k nákupnému rozhodnutiu. A to buď nakupuje impulzívne, alebo na základe logického myslenia.

4) **Nákupné rozhodovanie** – vo všeobecnosti spotrebiteľia nakupujú najfrekvencovanejšiu značku, avšak medzi nákupný zámer a nákup môžu vstúpiť:

a) **postoje iných ľudí** – čím intenzívnejší je postoj ostatných osôb a ich vzťah ku kupujúcemu, tým väčší efekt dosiahne.

b) **faktory neočakávanej situácie** – spotrebiteľ formuje svoj nákupný zámer na základe takých faktorov, ako sú očakávané príjmy, cena a úžitok. Pri realizácii nákupu môžu pôvodný nákupný zámer zmeniť faktory neočakávanej situácie /môžeme stratiť prácu, iné nákupy sú naliehavšie/.

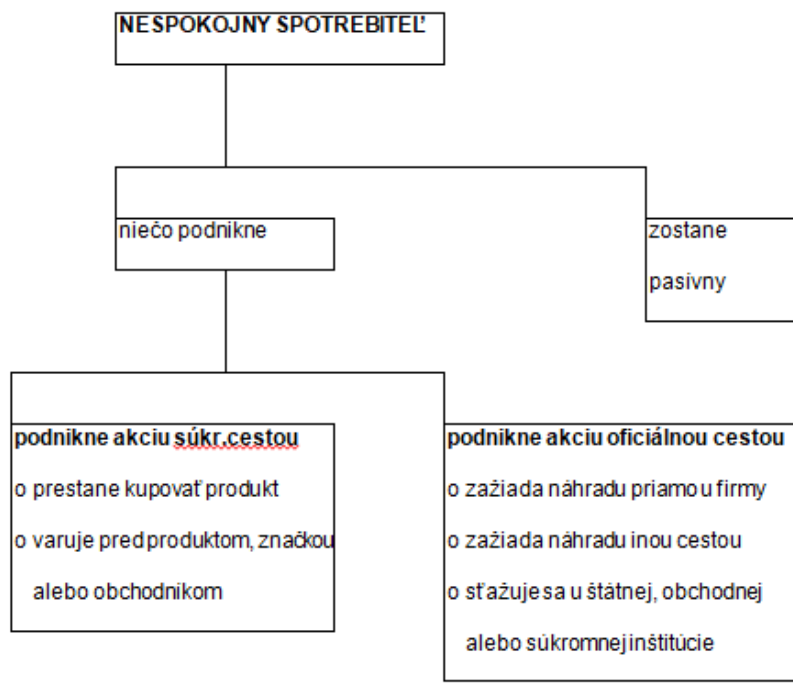
5) **Správanie po nákupe** – po kúpe produktu je spotrebiteľ jej vlastníkom. Z používanej veci má negatívne alebo pozitívne skúsenosti. Poznáme dve teórie – názory spotrebiteľa o nákupe:

a) Teórie očakávania – spokojnosť spotrebiteľa je podmienená vzťahom medzi výkonom produktu, ktorý spotrebiteľ očakával a výkonom, ktorý vníma. Ak je spokojný tak sa to prejavuje v ďalších nákupoch a stávajú sa automatické. Ak je nespokojný prejavuje sa to väčším alebo menším hanobením produktu a viac si ho nekúpi.

b) Teórie nesúladu – každý nákup je určitým kompromisom a spotrebiteľia počítajú pri každom nákupe každom nákupe nesúlad medzi výhodami a nevýhodami, t.j. že vybraný produkt znamená nejaké výhody ale i nevýhody. Spotrebiteľ sa musí vysporiadať s týmto nesúladom, ktorý môže byť viac alebo menej veľký a to tak, že vráti výrobok alebo hľadá informácie, ktoré by mu potvrdili správnosť nákupu alebo sa vyhýba počúvaniu a pozeraniu názorov, ktoré by boli iné ako jeho výber. Pracovníci marketingu, ktorí poznajú jav nesúladu by mali napomáhať šíriť informácie pre zákazníkov, ktoré potvrdia ich výber, t.j. publikovať informácie, ktoré uspokojujú spotrebiteľov alebo zasielať poštou reklamný list, v ktorom bude blahoželať zákazníkovi k produktu.

Niektorí kupujúci už v momente nákupu posudzujú svoje rozhodnutie, tu môže nastať tzv. ponákupná dizonancia - je pochybnosť kupujúceho či urobil správne rozhodnutie. Kupujúci redukujú ponákupnú dizonanciu dvoma spôsobmi:

- 1) na základe opakovaného posúdenia znížia úroveň nevybratých produktov,
- 2) hľadajú informácie, ktorými potvrdia správnosť svojho výberu



ÚLOHY:

1. Účasť na on-line hodinách podľa rozvrhu – **streda o 11,00**

ADK - Ing. Smatanová

Téma: Zásady správnej štylizácie, pokyny pre štylizáciu.

Zadanie: Naštudovanie zásad správnej štylizácie a pokynov pre štylizáciu.

Mgr. Urbanová

Milí študenti, verím, že viacerí, ktorí ešte stále nezačali venovať pozornosť fyzickej aktivite, sa už zobudia. Naozaj je v záujme nás všetkých starať sa o svoje zdravie. Počínajúc zvýšenou hygienou, zodpovednosťou k sebe a i všetkým naokolo.

Fyzická zdatnosť (kondícia) je základný predpoklad pre všeobecné zdravie. Snažím sa robiť takú ponuku aby si každý našiel niečo, čo ho zaujme. Aj 5 minút riadeného cvičenia má zmysel. A ak si chce niekto

poriadne zacvičiť, tak si v tých návodoch vie spraviť poriadny tréning. Preto na Vás apelujem v oblasti starania sa o svoje zdravie, fyzickú kondíciu, stravovanie, hygienu a prísun vitamínov.

Všetkým Vám držím palce. Buďte zdraví, zodpovední k sebe aj k okoliu.

Odkazy si nakopírujte do prehliadača.

Najprv pre tých, ktorí sa nevedia nakopnúť – video ako nebyť lenivý:

<https://www.youtube.com/watch?v=P-Kb8M-c3NA>

1. Rozcvičenie – 5 minútka na zahriatie: <https://www.youtube.com/watch?v=Ks-1KvKQ8f4>

2. Kruhový tréning na gauči - Pri každom cvičení máš presne určený počet opakovaní, pauzu si reguluješ sám do vydýchania, kladieme dôraz na techniku vykonania cvičenia. Je tam len 6 cvičení, nenáročných. Intenzitu si upravíš počtom kôl cvičení. Na kvalitný tréning odporúčam 4 kolá cvičení. Viac či menej uprav si podľa seba.

Pred cvičením pozri video s inštruktážou: <https://www.youtube.com/watch?v=hBOntrscKQg>

A) **DREPY S ROTÁCIOU** 10 opakovaní: vykonaj drep s dotykom zadku na gauč, následne po postavení rotácia trupu doprava – následne doľava, počas celej doby cvičenia držíš vo vystretých rukách vankúš tlakom medzi dlaňami.

B) **POKLUS SO STRIEDAVÝM VYKLADANÍM NOHY NA GAUČ** 30sekúnd

C) **ANGLIČÁKY S OPOROU RÚK NA GAUČI** 10 opakovaní: vzpor ležmo zo zapretím rúk o gauč – náskok do podrepu – výskok – odskok do vzporu

D) **BRUŠÁKY S VYLOŽENÝMI NOHAMI NA GAUČI** 12 opakovaní

E) **PLANK S NOHAMI NA GAUČI a ZANOŽOVANÍM** 16 opakovaní (8xkaždá noha)

F) **PLANK KNEE TO ELBOW** 12 opakovaní (6xkaždá noha): plank s nohami na gauči, striedavo dopĺňame pohyb Pkolenom k Plakt'u a Ľkolenom k Ľlakt'u

3. FIT TABATA: je vysoko intenzívny intervalový tréning, účinný pri spaľovaní tukov.

5 minút intenzity: <https://www.youtube.com/watch?v=x5risLMLWHE>

4. CVIČENIA PRE ODSTRÁNENIE BOLESTI CHRBTÁ:

<https://www.youtube.com/watch?v=YQGugjOzqL8>