

1.D SAMOŠTÚDIUM 1.2.2021 – 5.2.2021

MAT – Mgr. Čakajdová [lubiacakajdova@gmail.com](mailto:lubicacakajdova@gmail.com)

Zopakovať kvadratické rovnice, ich riešenie a zápis výsledku riešenia. Pošlite úlohu z predchádzajúceho týždňa v určenom termíne.

① 1.D

TÉMA: RIEŠENIE JEDNODUCHÝCH KVADR. ROVNÍC NEĎALŠÝCH.

1.) $2x^2 - 50 = 0$
 $2x^2 = 50 \quad | :2$
 $x^2 = 25 \quad | \sqrt{\quad}$
 $|x| = \sqrt{25}$
 $x_1 = +5$
 $x_2 = -5$
 $P = \{ \pm 5 \}$

2.) $6x^2 - 216 = 0$
 $6x^2 = 216 \quad | :6$
 $x^2 = \frac{216}{6}$
 $x^2 = 36 \quad | \sqrt{\quad}$
 $|x| = \sqrt{36}$
 $x_1 = +6$
 $x_2 = -6$
 $P = \{ \pm 6 \}$

3.) $-3x^2 + 27 = 0$
 $-3x^2 = -27 \quad | \cdot (-1)$
 $3x^2 = 27 \quad | :3$
 $x^2 = 9$
 $|x| = \sqrt{9}$
 $x_1 = +3$
 $x_2 = -3$
 $P = \{ \pm 3 \}$

4.) $-3x^2 - 27 = 0$
 $-3x^2 = 27 \quad | \cdot (-1)$
 $3x^2 = -27 \quad | :3$
 $x^2 = -9 \quad P = \emptyset$
toto je nemožné, aby
niečo(x) na druhú umocnilo
dalo kladné číslo
 $\| x^2 = \text{číslo } (+) \|$

5.) $2x^2 + 6 = 0$
 $2x^2 = -6 \quad | :2$
 $x^2 = -3 \quad \text{nemôže byť}$
 $P = \emptyset$

6.) $2x^2 - 6 = 0$
 $2x^2 = 6 \quad | :2$
 $x^2 = 3$
 $|x| = \sqrt{3}$
 $x_1 = +\sqrt{3}$
 $x_2 = -\sqrt{3}$
 $P = \{ \pm \sqrt{3} \}$

7.) $2x^2 = 0 \quad | :2$
 $x^2 = 0$
 $x = 0$
 $P = \{ 0 \}$

8.) $-5x^2 = 0 \quad | \cdot (-1)$
 $5x^2 = 0 \quad | :5$
 $x^2 = 0$
 $x = 0$
 $P = \{ 0 \}$

(2)

$$9.) 4x^2 - 4x = 4x \cdot (x - 1)$$

$$4x^2 - 4x = 4x^2 - 4x$$
$$4x^2 - 4x^2 = -4x + 4x$$
$$0 = 0$$

toto je pravda

$P=R$ rovnice
má nekonečně velká řešení

$$10.) -5 + 3x^2 + 5x = (3x + 5) \cdot x - 5$$

$$-5 + 3x^2 + 5x = 3x^2 + 5x - 5$$
$$-5 + 3x^2 - 3x^2 + 5x - 5x = -5 -$$
$$-5 \quad 0 \quad 0 = -5$$
$$\underline{-5 = -5}$$

$$0 = -5 + 5$$

$$\underline{0 = 0}$$

$$\underline{\underline{P=R}}$$

$$11.) 2 \cdot (x^2 + 4) = 8 + 2x^2$$
$$\underline{2x^2 + 8} = \underline{8 + 2x^2}$$

platí $P=R$

můžeme pokračovat, když nás třeba nenapadne, že sů rovnaka $L=P$

$$2x^2 - 2x^2 = 8 - 8$$

$$\underline{0 = 0}$$

$$\underline{\underline{P=R}}$$

SJL – Mgr. Janoušková

Naštudujete si učivo: **Romantizmus vo svetovej literatúre**

ROMANTIZMUS (koniec 18. až 19. storočie)

Historické okolnosti - ekonomická moc buržoázie postupne rástla, pretože bola dravá a nebola zaťažená feudálnymi princípmi. Avšak charakter spoločnosti sa menil oveľa pomalšie, a preto si buržoázia len veľmi pomaly vydobýjala svoje politické práva

-koncom 18. stor. vypukla Veľká francúzska revolúcia (1789-1784), ktorej heslom bolo: **BRATSTVO-ROVNOSŤ- SLOBODA**

- odštartovala: napoleonské vojny a buržoázne revolúcie po celej Európe (1848-1849)

- počas tohto obdobia sa rozpadajú feudálne spoločnosti a nastupujú nové - kapitalistické

- v tomto období sa oproti **ROZUMU**, kt. prevládal v **klasicizme**, začína v **romantizme** zdôrazňovať **CIT**

- vzniká niekoľko nových filozofických smerov, ktoré výrazne ovplyvnili spoločenské myslenie:

a) **idealizmus** - za prvotné považuje myšlienku, vedomie ducha a za druhotné hmotu

b) **iracionalizmus** - popiera vedecké, rozumové poznanie a uprednostňuje vieru a inštinkt

c) **sentimentalizmus** - filozofický aj literárny smer, ktorý sa pri poznávaní opiera aj o city a hlása súcit s biednymi a utláčanými

d) **individualizmus**- zdôrazňuje silného jedinca, aby sa človek presadil v spoločnosti so svojimi schopnosťami

c) **titanizmus** – titan = človek, ktorý vzdoruje osudu, nevzdáva sa a pomáha ľuďstvu, takýto človek sa cíti osamotený a podlieha pesimizmu

Znaky romantizmu

1. v popredí je človek, ktorý nie je dokonalý, postavy často žijú na okraji spoločnosti (trestanci, žobráci, tuláci)

2. hrdina túži po slobode a dostáva sa do konfliktu so spoločnosťou, búri sa (revoltuje)

3. v tomto konflikte je hrdina osamelý a nepochopený

4. rozpor medzi snom a skutočnosťou

5. titanizmus – vykonanie mimoriadneho činu

6. koniec je vždy tragický, hrdina zomiera

7. autor sa stotožňuje s hrdinom – autoštylizácia

9. využitie protikladov, čiže kontrastov

10. diela sú poznačené pesimizmom, beznádejou, smútkom

12. literatúra je subjektívna

13. námety z minulosti

14. pestuje sa lyrika, epika, dráma menej

15. lyrika splyva s epikou = vznik lyricko-epických skladieb

Charakteristika romantickej literatúry

- vo zvýšenej miere sa v nej uplatňuje – **fantázia** - autor uplatňuje svoj osobný prístup ku skutočnosti, nenapodobňuje vzory, ale tvorí nové estetické hodnoty.

Miesto harmónie a súladu nastupuje zvláštnosť a bizarnosť - „harmónia kontrastov“ - zločin- nevina, krása- ohyzdnosť...

-inšpiráciu nachádzajú umelci v: ústnej ľudovej slovesnosti, v prírode, obdivujú mystiku a exotiku

- prejavil sa **historizmus** - hľadanie inšpirácie v minulosti, oživovanie slávnych činov národa v minulosti

- výzvy na **revoltu a snívanie o novom svete**

-**romantický hrdina** -vzniká nový hrdina, ktorý ustavične pociťuje **ROZPOR MEDZI SNOM**

A SKUTOČNOSŤOU - je to hlavný konflikt v romantizme

-postavy pochádzajú zo všetkých spoločenských vrstiev, ale najmä z tých najnižších: tuláci, žobráci, galejníci a pod.

- je výnimočná osobnosť, často spoločenský vydedenec. Je často idealizovaný, túži po láske, ale vie, že ju nenájde: veľakrát nešťastne miluje vysnívaný ideál, nie skutočnú ženu. Láska mu je všetkým, oddáva sa jej celkom a bez výhrad, naopak - romantická hrdinka je spútaná konvenciami, v mene ktorých odmieta vášnivú lásku. A tak romantický hrdina sa často ocitá v neriešiteľnom konflikte s okolitým svetom – východisko nachádza v úniku do minulosti, sveta fantázie, vidieckeho prostredia alebo prírody. Spoznáva, že svet sa nedá premeniť ani vôľou, ani vierou, protestom, vzburou, a tak upadá do pesimizmu a sklamaní
- využíva sa **autoštylizácia** - t.j. autor sa so svojou postavou stotožňuje, vkladá do nej autobiografické črty
- niekedy do deja vstupuje aj **príroda** – odzrkadľuje pocity hlavného hrdinu
- dej sa často odohráva na tajomných miestach: v hlbokom lese, na cintoríne...

- narúšajú sa hranice medzi literárnymi druhmi a žánrami: **epika sa lyrizuje, román vo veršoch**, častá je **lyrická balada, básnická poviedka či poéma, moderný epos, dramatická báseň, historický román, poviedka**

- hlavným literárnym druhom je **lyrika**

Úloha

1. Vlastnými slovami a rukou napíšete o liter. smere romantizme: kedy, za akých okolností vznikol, z čoho vychádzal, čo bolo preň typické, liter. druhy a žánre, ktoré sa písali....
2. Podobne charakterizujte romantického hrdinu
3. Zo znakov romantizmu si vyberte 4 a vysvetlite ich vlastnými slovami alebo príkladmi

Nezačnite písať, kým si to aspoň 2x neprečítate!!.

Pozor, zmena termínu na odovzdanie – streda 3. 2. do 14.00

NEJ – PhDr. Bohilová

Pokračujeme v téme Arbeit und Beruf

- Prečítajte si a preložte pomocou slovníka uvedené povolania a argumenty na ich výber. **Preklad mi pošlite na mail.**

die Berufe:

der Arzt der Psychologe der Lehrer der Tierarzt der Bauarbeiter der Programmierer der Koch
die Krankenschwester der Jurist

die Argumente:

- viel Kontakt mit Menschen haben
- nicht schmutzig werden
- oft im Ausland sein
- keinen Chef haben
- Karriere machen
- viel verdienen
- gern im Team arbeiten
- am Computer arbeiten
- eine Praxis zu Hause haben
- geregelte Arbeitszeiten haben
- domácí úloha:

„Ich möchte..... werden, weil „ povedzte, čím by ste chceli byť a zdôvodnite svoj názor (použite horeuvedené argumenty, poprípade doplňte) – **pošlite na mail 3 vety**
príklad: Ich möchte Fotomodell werden, weil ich dann schöne Kleider habe.

CHEM – Mgr. Mišeje

Téma :PRÍRODNÉ ZDROJE UHLÍKOVODÍKOV

Zdrojmi organických látok sú: • uhlie, • ropa, • zemný plyn.

Úloha: - Vypracovať jednu z tém: : • uhlie

- ropa

- zemný plyn

1, Uved'te a charakterizujte prírodné zdroje .

2, Popíšte frakcie ropy.

3, Popíšte využitie prírodných zdrojov uhl'ovodíkov.

Tému je potrebné poslať na mail beata.miseje@sosoasto.sk do 12.02.2021. Do predmetu správy napíšte svoje priezvisko a triedu. Každý žiak pracuje samostatne.

Upozornenie! Vypracovanie zadaných úloh v stanovenom termíne a ich zaslanie sú jednou z podmienok pre záverečnú klasifikáciu. V prípade ak je nejaká prekážka (zdravotná, rod. dôvody...) pre nesplnenie úloh v stanovenom termíne je potrebné napísať a dohodnúť sa na novom termíne.

DEJ – Mgr. Urbanová

PDP - Ing. Ičová

Téma: Externé finančné zdroje podniku

Učivo dostali žiaci do spoločnej skupiny na fcb . Žiaci ručne vypracujú odpovede na nasledujúce otázky:

1. Ako rozdeľujeme externé finančné zdroje podniku?(celé delenie)
2. Definujte pojem úver a úrok
3. Popíšte jednotlivé krátkodobé bankové úvery
4. Popíšte hypotekárny úver
5. Popíšte pojem dotácie podniku

Odpovede zašlú na email vyučujúcej daniela.icova7@gmail.com do 1.2.2021 do 12,00h.

MCR - Ing. Ičová

Téma: Manažéri

Učivo dostali žiaci do spoločnej skupiny na fcb . Žiaci ručne vypracovali odpovede na nasledujúce otázky:

1. Definujte pojem manažér
2. Vymenujte základné manažérske kultúry
3. Popíšte manažérov prvej úrovne, strednej úrovne a top manažérov
4. Definujte manažéra špecialistu a univerzalistu

Prostredníctvom online hodiny dňa 2.2.2021 o 10,00h bude učivo vysvetlené, zodpovedané otázky od žiakov a dohodnuté termíny skúšania.

TSCR - Ing. Pavlovičová

TÉMA: Sekundárna ponuka – pokračovanie

Uvedené učivo je doplnkom k ponuke CR, skúšam ho spolu s témami

- *Dopyt po CR a*
- *Ponuka CR*

C) Všeobecná infraštruktúra

Miestna infraštruktúra – obchodné domy, predajne športových potrieb, spomienkových predmetov, starožitností, holičstvo-kaderníctvo, stánok PNS...

Dopravná infraštruktúra – taxislužba, autoservis, autoumyváreň, čerpacie stanice PHM, odťahová služba, požičovňa áut, parkoviská...

Zdravotnícka infraštruktúra – nemocnica, poliklinika, lekáreň...

Ostatná infraštruktúra – pošta, banka, bankomat, poisťovňa

Športovo-rekreačné zariadenia a aktivity

Inštitúcie CR – sú spomenuté v téme ponuka CR ako nositelia ponuky -

Keďže ponuka v cestovnom ruchu je veľmi rôznorodá, o jej koordináciu sa musia starať inštitúcie CR v cieľových miestach

Ide o rozličné inštitúcie súkromného a verejného sektora, ktoré by mali vytvárať združenia CR za účelom spolupráce

Cieľové miesto CR by malo na trhu vystupovať jednotne ako kvázi podnik CR, v ktorom je produkcia služieb pre návštevníkov decentralizovaná, ale na trhu sa ponúka ako balík služieb pod spoločnou značkou – logom.

Nevyhnutná je spolupráca – podnikatelia - orgány štátnej správy a samosprávy - miestne obyvateľstvo

Čo ešte ovplyvňuje ponuku:

Pre cieľové miesto je dôležité aj jeho napojenie na dopravnú sieť, Pretože komunikačná dostupnosť je významným faktorom ovplyvňujúcim ponuku cestovného ruchu Ponuku ovplyvňujú aj podmienky miestnej, prípadne vertikálnej dopravy Od ich služieb závisí najmä dostupnosť jednotlivých objektov cestovného ruchu

ÚLOHA:

- Základnou úlohou je dobre sa pripraviť na skúšanie na online hodine.
- Skúšam podľa presného rozpisu, prihlasujete sa na konkrétny čas

EKN - Ing. Pavlovičová

• TÉMA: Inflácia

- charakteristika inflácie,

-Pojem inflácia pochádza z latinského slova inflare – nafúknuť, zväčšovať objem.

V trhovej ekonomike sa môžu ceny tovarov a služieb kedykoľvek meniť. Niektoré ceny rastú, iné zasa klesajú. **Nie každé zvýšenie cien však znamená infláciu, jednorázové zvýšenie cien ešte nemožno chápať ako infláciu,** v praxi sa však nesprávne označuje za infláciu každé zvýšenie cien.

-O inflácii hovoríme vtedy, keď dochádza k všeobecnému rastu cien tovarov a služieb, nie iba k rastu cien jednotlivých položiek. (To v praxi znamená, že napríklad za 10 eur sa pri „zvýšenej inflácii“ dá kúpiť menej výrobkov ako v minulosti, resp. euro má menšiu hodnotu ako kedysi. Znížila sa jeho kúpna sila - kúpna sila peňazí vyjadruje, aké množstvo statkov a služieb môžeme kúpiť za určitú sumu peňazí pri určitej cenovej hladine. Ak sa znižuje kúpna sila peňazí, môžeme si za tú istú sumu peňazí kúpiť menej tovaru)

Inflácia je teda definovaná ako znehodnotenie peňažnej jednotky, ktoré sa prejavuje trvalým rastom cenovej hladiny. Je jedným z najzávažnejších problémov, s ktorými bojujú trhové ekonomiky. Vyvoláva obavy u investorov, bankárov, producentov aj u spotrebiteľov.

Inflácia je ekonomický jav, prejavuje sa dlhšie trvajúcim rastom cenovej hladiny alebo znížením kúpnej sily peňazí

- ako sa inflácia meria?

Miera inflácie = $\frac{\text{cenová hladina aktuálneho roku} - \text{cenová hladina predchádzajúceho roku}}{\text{cenová hladina aktuálneho roku}} \times 100$

Cenová hladina - týmto pojmom označujeme celkovú úroveň cien tovarov a služieb, ktoré sa v ekonomike nakupujú a predávajú

Na meranie cenovej hladiny, resp. miery inflácie sa v hospodárstve používa tzv. **spotrebný koš**, ktorý zahŕňa výrobky a služby, ktoré najviac spadajú do spotreby domácností. Každý produkt v spotrebnom koši má vlastnú cenu, ktorá sa môže v čase meniť.

Porovnaním celkovej ceny spotrebného koša v jednom období a ceny koša v inom, resp. predchádzajúcom období získame mieru inflácie.

V spotrebnom koši sa porovnávajú ceny vybraných statkov a služieb :

- predmety dlhodobej spotreby (napr. oblečenie, automobily, elektrospotrebiče),
- predmety bežnej krátkodobej spotreby (napr. potraviny, noviny, benzín),
- služby (nájomné, kadernícke alebo kozmetické služby a iné).

Štatistický úrad SR sleduje vývoj cien v spotrebnom koši, ktorý tvorí 703 vybraných druhov statkov a služieb platených obyvateľstvom, boli tam vybrané také statky a služby, ktoré sa významne podieľajú na výdavkoch obyvateľstva a zahŕňajú celú oblasť spotreby

ÚLOHA:

Pozrite si krátky animovaný film, ktorý na príklade veľmi pekne vysvetľuje podstatu inflácie, nájdete ho, keď si zadáte:

Rozprávka o inflačnej príšere - www.nbs.sk

TEA - Ing. Chalupová

Téma: nácvik písmená ý



5. NÁCVIK VIET

Sankcie vyplývajú z platnej kúpnej zmluvy.
Súhlasili sme s navrhovanými platobnými podmienkami.
Výhodou reklamy je rýchle informovanie o novom výrobku.
Nepriaznivý výsledok výstupnej kontroly mnohých prekvapil.
Nový typ výrobkov zodpovedal aj svetovým vývojovým trendom.
Výroba nových výrobkov sa opiera o výsledky výskumu a vývoja.

6. NÁCVIK SÚVISLÝCH TEXTOV

Východiskom urýchlenia odbytu tovaru je pravidelný výpredaj tovaru. Akciovými cenami stimulujú obchody rýchly odbyt tovaru, ktorý by bol inak nepredajný. Rýchlo sme si zvykli na jarný, letný, jesenný aj zimný výpredaj obuvi alebo odevov, ako aj na akciový predaj iných druhov tovarov. Výborným prostriedkom na upútanie pozornosti kupujúcich je farebný, esteticky upravený ponukový list. Významným magnetom je aj výrazne upravený výklad. Výsledok akcie býva obojstranne uspokojivý. Kupujúci je spokojný, lebo nakúpil lacno. Obchod je spokojný, lebo pripravil sklad pre nový tovar a dosiahol vysoký zisk.

ÚLOHA: poslať napísané cvičenia do 5.2.2021 do 14,00

UCT – Ing. Chalupová

Téma: denník, druhy denníkov

Prezentácia: denník – druhy a formy denníkov

ÚLOHY:

1. spracovať poznámky z prezentácie
2. Účasť na on-line hodine podľa zaslaného rozvrhu **utorok o 11,00**

GCR – RNDr. Žiarna

Téma: 17

Individuálne opakovanie učiva

Téma: 18

Považie – dolné, stredné, horné

Dolné Považie

- = región záp. Slovenska v Podunajskej pahorkatine
- = reliéf : prevažne rovinatý, zasahujú Malé Karpaty, Biele Karpaty, Považský Inovec
- = patrí do klimaticky mierne teplej až teplej oblasti
- = **CR**: má podmienky pre krátkodobú rekreáciu, návštevu hist. pamiatok (Trnava, Smolenice), kultúrnych podujatí, letnú rekreáciu, pešiu turistiku
- = **hrady**: Ostrý Kameň, Dobrá Voda a i.
- = **jaskyňa** Driny - Smolenický kras

Centrá CR:

Trnava

- = hlavné centrum dolného Považia
- = „malý slovenský Rím“ – početné cirkevné pamiatky
- = hist. jadro = mestská pamiatková rezervácia (zvyšky mest. opevnenia, mestská veža so slnečnými hodinami)
- = pravidelné kultúrne podujatia (Trnavská hudobná jar, Dobrofest Trnava (country festival))
- = v blízkosti mesta - Trnavské rybníky

Smolenice

= zámok

Hlohovec

= hvezdáreň, zámok

Leopoldov

= pevnosť (dnes zariadenie pre výkon trestu)

Piešťany

- = medzinárodné kúpele na hranici dolného a stredného Považia, na rieke Váh
- = Balneologické múzeum, term.kúpalisko, Kolonádový most, socha muža lámajúceho barlu (Barlolámača),
- = vod. nádrž Slňava
- = pravidelné festivaly
- = v blízkosti mesta turist.-lyžiar.stredisko **Bezovec**

Moravany nad Váhom – tu nájdená soška Venuše, kaštieľ

Stredné Považie

- = región záp. Slovenska na strednom toku Váhu
- = **región CR I. kategórie – medzinárodný význam**
- = klimaticky mierne teplá oblasť
- = reliéf: hornatý –Biele Karpaty, Malé Karpaty, Považský Inovec, Strážovské vrchy, Súľovské vrchy, centrálnu časť tvorí Považské Podolie
- = celoročné využitie
- = **CR**: pešia + cyklo - turistika, kúpeľná liečba, vodné a zimné športy, návšteva hist. pamiatok a kultúrnych podujatí
- = v regióne zachované ľudové tradície (Myjava – folklórny festival)
- = početné hist. pamiatky – **hrady** = Trenčiansky, Beckov, Čachtice, Tematín

Trenčín

= centrum regiónu

= hist.jadro = mestská pamiatková rezervácia (MPR)

= hlavné turist. atrakcie = **hrad** (nápis na hradnom múre) – koncerty, nočné prehliadky, hradné slávnosti, Galérie A. Bazovského, Trenčianske múzeum, Farské schody

= pravidelné hudob. podujatie – **Bažant Pohoda**

= výstavisko – kongresový CR/rôzne výstavy

= lesopark Breziny (rekreačné využitie v krátkodobom CR)

Trenčianske Teplice

= kúpele s medzinárodným významom

= pravidelný filmový festival

Motešice

= žrebčín (jazdecké kurzy a podujatia, hipoterapia)

Mojtín, Zliechov

= turisticko-lyžiarske strediská s lokálnym významom

Nové Mesto nad Váhom

= jazero Zelená voda

= Podjavorinské múzeum

Sverepec

= motokrosový areál

Nimnica = kúpele, vod. nádrž Nosice

Horné Považie

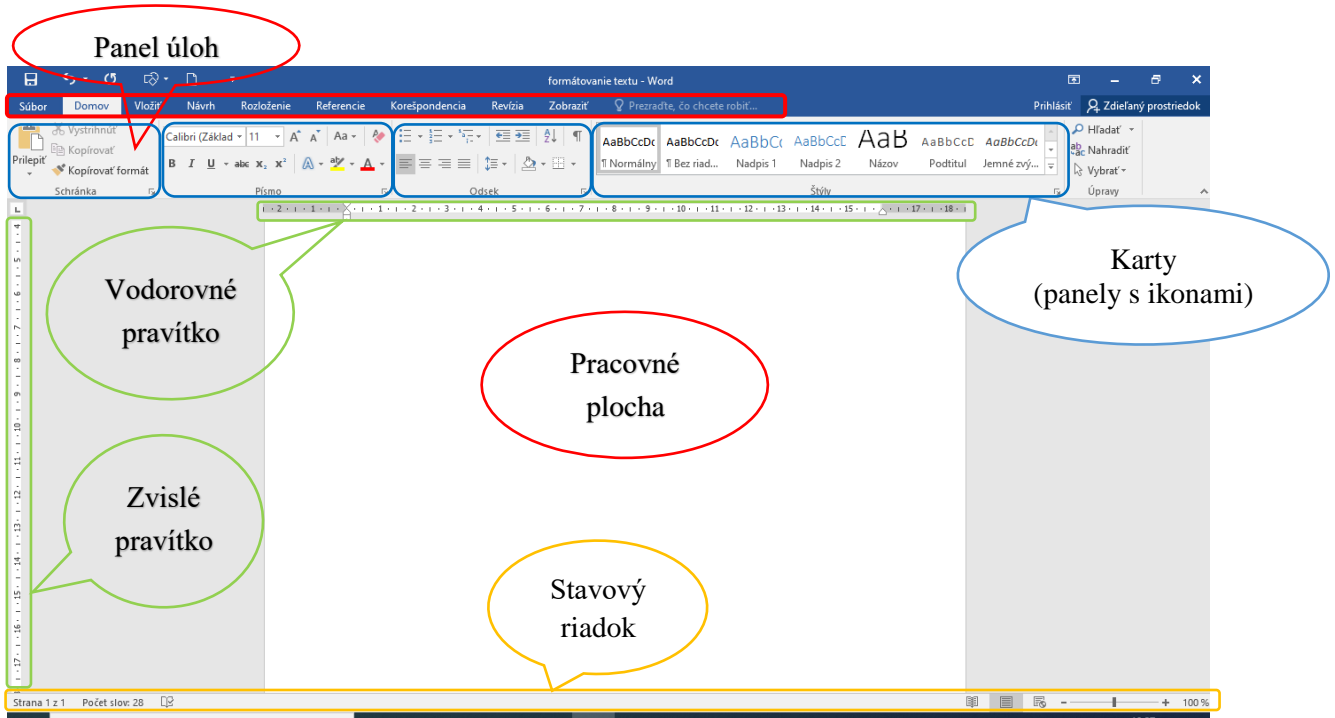
- vid' téma – Malá Fatra

INF – Mgr. Lacika

Textový editor: Microsoft Office Word 2016

Budeme pracovať s verziou 2016, verzie od 2007 po súčasnosť sú dosť podobné, rozdiely sú minimálne.

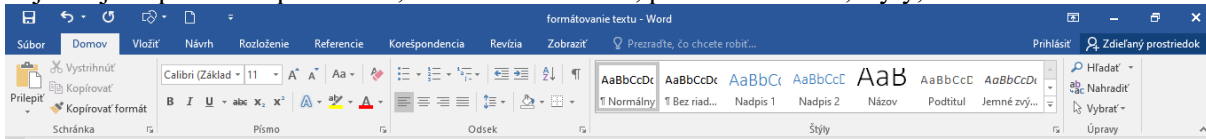
Na úvod si predstavíme pracovné prostredie.



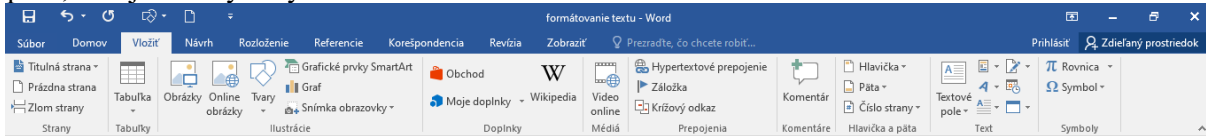
Panel úloh – tu sa nachádzajú jednotlivé panely, na ktorých sú rozdelené ikony podľa podobného charakteru.

Panel Súbor – základné informácie o dokumente, možnosti uloženia, tlače, ...

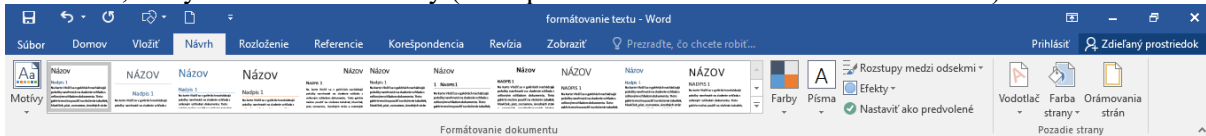
Panel Domov – najviac používaný panel, nachádzajú sa tu príkazy, ktoré sa vo Worde používajú najčastejšie: práca s kopírovaním, formátovanie textu, práca s odsekmi, štýly, ...



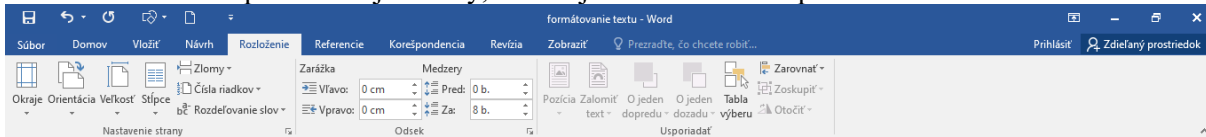
Panel Vložiť – nachádzajú sa na ňom všetky objekty, ktoré sa do textového dokumentu dajú vložiť. Je to napríklad tabuľka, obrázok, tvary, nachádzajú sa tu aj príkazy pre hlavičku a päť, pre vloženie textového poľa, ale aj dôležitých symbolov.



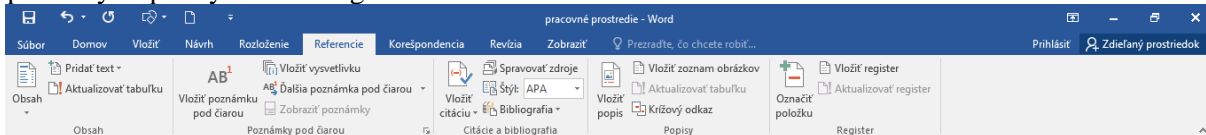
Panel Návrh – výber motívu s nastavením formátovania dokumentu, možnosti úpravy motívu, nastavenie vodotlače, farby a orámovania strany (tento panel sa v starších verziách nenachádza).



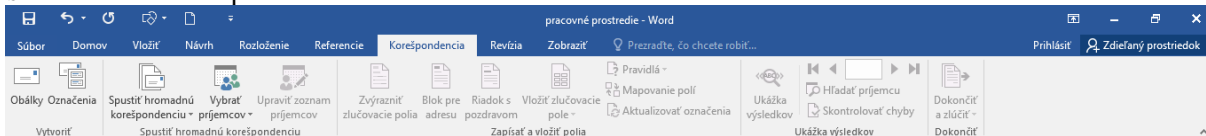
Panel rozloženie – v tejto skupine príkazov sa nachádza všetko týkajúce sa vzhľadu strany samotného dokumentu. Nastavenie okrajov, orientácia papiera, veľkosť, práca so stĺpcami a so zlomami. Dá sa tu nastavovať veľkosť predvolenej zarážky, alebo aj veľkosť medzier pred a za odstavcom.



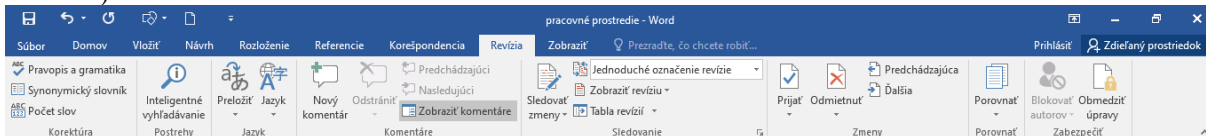
Panel Referencie – tento panel je určený na zjednodušenú prácu s obsahom dokumentu, s poznámkami pod čiarou, citáciami, na prácu s popisom obrázkov, alebo tabuliek a takisto pre prácu s odkazmi potrebnými pre vytvorenie registra.



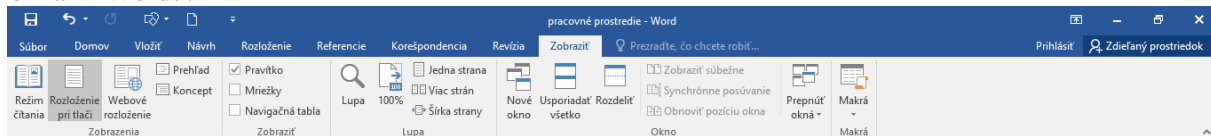
Panel Korešpondencia – tento panel je zameraný na prácu s tvorbou obálok, menoviek, alebo pri práci s hromadnou korešpondenciou.



Panel revízia – táto skupina je určená pre prácu s kontrolou pravopisu a gramatiky, s vkladaním komentárov, so sledovaním zmien a zabezpečením dokumentu (v starších verziách sa tento panel nazýva Posúdiť).



Panel Zobrazit' – slúži ako pomôcka pre iný typ zobrazovania dokumentov, pre skrývanie a zobrazovanie pravítka, štruktúru dokumentu, ale aj na zmenu mierky zobrazenia a prepínania sa medzi otvorenými oknami Wordu.



Môžeme sa stretnúť ešte s ďalšími panely (Formát, Návrh, Rozloženie, ...) , tie sa však zobrazujú až pri práci s vloženým objektom (obrázok, tabuľka, graf).

MKT – Ing. Chalupová

Téma: Spotrebiteľské správanie – charakteristiky ovplyvňujúce spotrebiteľské správanie

Spotrebiteľské správanie = správanie, ktoré spotrebiteľia prejavujú pri hľadaní, nákupe, používaní, hodnotení, disponovaní výrobkami, službami a myšlienkami, od ktorých očakávajú, že uspokoja ich potreby.

Spotrebiteľ – tento pojem sa používa na označenie dvoch rozdielnych druhov spotrebných jednotiek, a to:

= **individuálny – osobný spotrebiteľ** = je jednotlivec, ktorý kupuje výrobky a služby pre svoju vlastnú spotrebu, pre použitie v rodine, pre člena rodiny, prípadne ako dar pre inú osobu. Vo všetkých prípadoch sa výrobok kupuje pre konečnú spotrebu a preto hovoríme o konečných spotrebiteľoch.

= **organizácie ako spotrebiteľia** = sú nimi súkromné podniky, štátne orgány, výrobné podniky nakupujúce suroviny a iné komponenty pre výrobný proces

Faktory ovplyvňujúce spotrebiteľa:

1) **Kultúrne faktory** – majú najširší a najhlbší vplyv na spotrebiteľské správanie. Patria sem:

- *kultúra* – je najzákladnejšou príčinou túžob a správania, správanie ľudí je naučené, ako vyrastajú deti v spoločnosti učia sa základným hodnotám, vnímaniu, želaniam a správaniu v rodine. Marketéri sa vždy pokúšajú čo najskôr rozpoznať kultúrne premeny, aby si mohli predstaviť nové, požadované produkty.
- *subkultúra* - každú kultúru tvoria menšie subkultúry alebo skupiny ľudí s podobným systémom hodnôt, ktoré vyplývajú z bežných životných skúseností a situácií.
- *sociálna vrstva* - je to relatívne stála a usporiadaná časť spoločnosti, ktorej členovia majú rovnakú hierarchiu hodnôt, záujmov a foriem správania.

2) **Spoločenské faktory** – výrazne ovplyvňujú reakcie spotrebiteľov a preto ich firmy musia zohľadňovať pri spracovaní marketingovej stratégie. Sú to faktory:

- *Skupina*:
 - členské skupiny – majú priamy vplyv na človeka a ku ktorým patrí /primárne – ako priatelia, susedia; sekundárne – organizácie, náboženské skupiny/.
 - referenčné skupiny, v ktorých ide o vzory, ktoré formulujú naše správanie, ale človek do nej nepatrí
 - aspiračná skupiny – do ktorej by chcel jednotlivci patriť.
- *Rodina* – členovia rodiny sa významne vplývajú na nákupné správanie. Poslanie manžela či manželky je značne odlišné vzhľadom na druhu produktu a štádia nákupného procesu.
- *Úloha a postavenie* – úlohu tvoria aktivity, ktoré očakávajú ľudia v našom okolí. Každá úloha odzrkadľuje postavenie vyjadrujúce všeobecné uznanie, ktoré jej spoločnosť priznáva.

3) **Osobné faktory** – osobné charakteristiky kupujúceho, ako sú:

- *vek a životný cyklus* – etapy, ktorými prechádzame
- *povolanie*
- *ekonomická situácia* – najdôležitejší je príjem spotrebiteľa
- *životný štýl* – spôsob života človeka, ktorý sa prejavuje v jeho aktivitách, v záujmoch a názoroch, charakterizujú ho veci a produkty, ktoré človek používa.
- *osobnosť a sebavedomie* – sú to jedinečné psychologické vlastnosti, ktoré vedú k relatívne stálemu spôsobu, akým jednotlivec reaguje na vlastné okolie. Je to image človeka – súbor predstáv, ktoré má človek o sebe.

4) **Psychologické faktory** – nákupný cyklus ovplyvňujú štyri hlavné psychologické faktory: (neučiť sa)

- *Motivácia* – je to určitá pohnútko, dostatočne naliehavá potreba, ktorá vedie človeka k úsiliu o jej uspokojenie.

- *Vnímanie* – je proces, v ktorom človek vyberá, upravuje a interpretuje informácie, aby si utvoril plnohodnotný obraz sveta.
- *Učenie sa* – vyjadruje zmeny v správaní jednotlivca, ktoré vyplývajú zo skúseností. Proces učenia sa uskutočňuje prostredníctvom vzájomného spolupôsobenia motívov, pohnútok, pokynov, reakcií a upevnenia.
- *Presvedčenie a postoje* – presvedčenie je vyjadrením názoru, ktorý ma človek o niečom. Postoj je stále hodnotenie, pocity a vzťah k určitému objektu.

ÚLOHA: účasť na on-line hodine = **pondelok o 9,00**

ODP – Ing. Chalupová

TSV – Mgr. Gráčik, Mgr. Urbanová

Milí žiaci,

Aj z médií počúvate, že je potrebné sa hýbať, venovať sa svojmu telu cvičením. O to viac na Vás apelujeme v oblasti starania sa o svoje zdravie, fyzickú kondíciu, stravovanie, hygienu a prísun vitamínov. Ponuka je pestrá, myslím, že aj zaujímavá.

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

Určite viete, že na odkazoch videa to nakopírujete do prehľadávača.

Dnes Vám prinášam novinku cvičenia Port de Bras. Je to cvičebná novinka vo svete tak som tam dal aj vysvetlenie.

Hlavná ponuka bude HIIT kardio workout (10 min).

Pre peknú postavu a svaly posilňovacie cvičenia s komentárom ZORAFIT (10 min.)

Zdravotné cvičenie dnes pôjdeme formou Pilates pre zdravý chrbát

Ponuka na dnes:

1. Port de Bras (6 minút): <https://www.youtube.com/watch?v=vTeqdkhS-iM>

Port de Bras cvičenie spája prvky **baletu, moderného tanca, strečingu a príjemnej hudby**. Je ideálne, ak po celom dni nemáte náladu na preplnenú posilňovňu a potrebujete sa nielen rozhýbať, ale aj zrelaxovať. Ide o koncept, ktorý spadá do skupiny **Body & Mind**, ktorej názov hovorí za všetko. Kládie dôraz na telo aj myseľ, pretože bez jedného neexistuje druhé.

1. HIIT tréning – kardio workout (10 minút): https://www.youtube.com/watch?v=yv2XE_Ut3KU

2. Posilňovanie so Zorou ZORAFIT (10 minút): séria posilňovacích cvičení so sprievodným slovom: <https://www.youtube.com/watch?v=8cu43v3bAMc>

3. ZDRAVOTNÉ cvičenie – PILATES na zdravý chrbát
<https://www.youtube.com/watch?v=9JMCU1ztBiw>