

# P!\$M€N1 2.0.

**PRIRUČNIK O MEDIJSKOJ, FINANCIJSKOJ  
I DIGITALNOJ PISMENOSTI**



# P!\$M€N1 - 2.0

## Priručnik o medijskoj, financijskoj i digitalnoj pismenosti

### AUTORICA

Lidija Štelcer, magistra psihologije

### NAKLADNIK

Centar za nestalu i zlostavljanu djecu  
Bana Josipa Jelačića 83, 31 000 Osijek  
+385 31 272 943 / +385 31 272 953  
e-mail: info@cnzd.org | www.cnzd.org

### GRAFIČKO OBLIKOVANJE

Matej Žižanović

### PROJEKT

„P!\$M€N1 – 2.0“

### NOSITELJ PROJEKTA

Centar za nestalu i zlostavljanu djecu

### PARTNERI

1. Centar za poduzetništvo – za razvoj i promoviranje poduzetničkog ponašanja
2. Katolička osnovna škola u Požegi

### NADLEŽNO TIJELO

Ministarstvo znanosti i obrazovanja

Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Centra za nestalu i zlostavljanu djecu  
© Copyright Centar za nestalu i zlostavljanu djecu. Osijek, 2022. Sva prava pridržana.

Projekt "Pismeni 2.0" financira Ministarstvo znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske.



# SADRŽAJ

UVOD .....	4
MEDIJSKA PISMENOST .....	5
FINANCIJSKA PISMENOST .....	7
DIGITALNA PISMENOST .....	8
PROBLEMI U PONAŠANJU .....	10
RADNI MATERIJALI .....	11
ZAKLJUČNO .....	34
LITERATURA .....	35
PREPORUČENE STRANICE I PUBLIKACIJE .....	36

# UVOD

Publikacija je nastala razvojem i nadogradnjom obrazovnih aktivnosti u području medijskog opismenjavanja djece i mladih koje dulji niz godina organiziraju i provode stručni djelatnici Centra za nestalu i zlostavljanu djecu. Nakon niza provedenih edukacija održali smo nekoliko sastanka i javnih događaja, uključujući Festival medijske, financijske i digitalne pismenosti održan s ciljem razmjene iskustava i ideja zainteresiranih sudionika iz organizacija civilnog društva, škola i drugih ustanova te iz akademske zajednice. Ova je publikacija rezultat prikupljenih iskustava i znanja, kao i prijedloga naših suradnika, a kroz buduće je suradnje planiramo nastaviti razvijati.

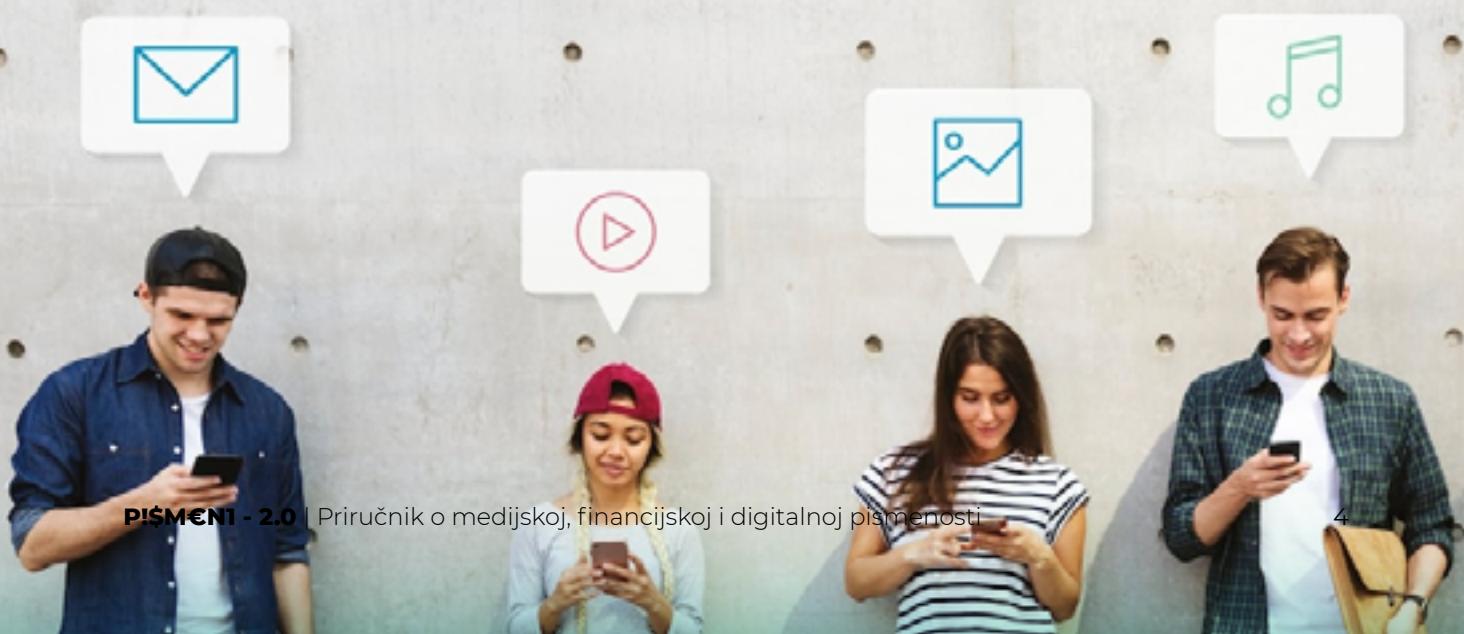
Publikacija obuhvaća 3 glavna tematska poglavlja:

- **Medijsku pismenost**
- **Financijsku pismenosti**
- **Digitalnu pismenost**

Svaka tema obrađena je u teorijskom dijelu nakon kojeg slijede radni materijali za djecu i mlađe koje su primarno namijenjene osnovnoškolskom uzrastu, ali ih edukatori mogu prilagoditi i za druge dobne skupine mlađih.

Na kraju publikacije nalazi se popis korištene i preporučene literature.

Očekivana odgojno-obrazovna postignuća koja se mogu razviti kroz vježbe i upotrebu materijala iz ove publikacije odnose se na razumijevanje medijskog, financijskog i digitalnog sustava, razvijene vještine kritičkog razmišljanja i izražavanja kroz proizvodnju medijskih sadržaja.



# MEDIJSKA PISMENOST

Danas smo okruženi velikim brojem informacija i poruka, a u svijetu zasićenom porukama i izvorima informacija moramo znati izabrati informacije i izvore informiranja te kritički promisliti o kvaliteti tih informacija i potrebi njihove dopune iz drugih izvora. Iz tog razloga je sve važnije medijsko obrazovanje kojim bi se primatelj poruke koja mu se šalje, medijski opismenio i osposobio za kritičku analizu informacije.

Potreba za medijskim odgojem i obrazovanjem proizlazi iz komunikacijskih prava i prava na informaciju koji proizlaze iz ljudskih prava zaštićenih raznim međunarodnim dokumentima. Europska komisija je medijsku pismenost definirala kao „sposobnost pristupa medijima, razumijevanje i kritičko vrednovanje različitih aspekata medija i medijskih sadržaja te ostvarivanje komunikacije u raznovrsnim kontekstima“. Ova definicija je dodatno pojašnjena naglašavajući da je to krovni izraz koji uključuje sve tehničke, kognitivne, društvene, građanske i kreativne kapacitete koji građanima omogućuju pristup, interakciju i kritičko razumijevanje medija, kao i sudjelovanje u gospodarskome, društvenome i kulturnome životu društva te aktivnu ulogu u demokratskome procesu. Naglašeno je i da je u svim mogućim definicijama medijske pismenosti ključni element razvoj kritičkoga razmišljanja.

Kad je riječ o djeci, važan je izbor primjerenih medijskih sadržaja i zaštita djece od neželjenih medijskih poruka, no i više od toga, medijska pismenost zapravo osposobljava djecu, kao i odrasle, za kritičko promišljanje i postavljanje pravih pitanja o onome što gledaju, čitaju ili slušaju i daje im sposobnost samostalnog razmišljanja. Tako će moći bolje razumjeti složene poruke koje primaju putem televizije, radija, interneta, novina, magazina, knjiga, plakata, videoigara, glazbe i drugih medija.



O Internetu i suvremenim informatičkim dostignućima posljednjih se godina govori više nego o svim ostalim medijima zajedno. Broj korisnika iz godine u godinu raste, a internetski sadržaji sve su bogatiji i raznolikiji. Internet postaje sve privlačniji djeci i mladima zbog niza mogućnosti koje pruža i možemo ga istaknuti kao medij kojeg djece i mлади najčešće koriste. U istraživanju koje je 2015. godine proveo Filozofski fakultet u Osijeku u suradnji s Centrom za nestalu i zlostavljanu djecu, u kojem je sudjelovalo 7038 učenika iz 93 osnovne i srednje škole u Hrvatskoj, navodi da djeca i mлади radnim danima na internetu provode u prosjeku oko 5 sati, dok vikendom u prosjeku provode 6 sati dnevno. Učenici navode da najčešće pristupaju internetu preko mobitela (72.7% stariji učenici, 48.4% učenici četvrtih razreda) (Šincek i sur, 2016.). Istraživanja pokazuju da su roditelji slabije prisutni kao medijski odgajatelji, što znači da oni ne utječu na recepciju medijskih sadržaja te slabije znaju kako njihova djeca doživljavaju te sadržaje (Ilišin, V., 2005.). Rezultati istraživanja koje je proveo Hrabri telefon s Poliklinikom za zaštitu djece grada Zagreba na oko 1500 djece u dobi od 11 do 18 godina pokazali su da se 93% djece koristi Facebookom, odnosno ima barem jedan profil, a gotovo su sva djeca korisnici Interneta. Danas se djeca mahom koriste Internetom i Facebookom putem pametnih telefona (84%), što roditeljima ostavlja vrlo malo mogućnosti za nadzor.

U interakciji s brojnim tehnološkim alatima današnjice, djeca i mлади uvelike stvaraju utiske i mišljenja, formiraju stavove i vrijednosti. Kod mlađih postoji naočigled visoka osviještenost o sadržajima koji se nalaze na internetu, o njihovim pozitivnim i negativnim utjecajima, što može zavarati odrasle po pitanju potrebe za učenjem novih i unaprjeđenju već postojećih kompetencija, jer se čini da djeca i mлади već dosta znaju i razumiju zato što vrlo točno i precizno mogu navoditi pozitivne i negativne strane informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Zbog takvog osjećaja sigurnosti u vlastite vještine korištenja tehnologije, djeca i mлади nemaju razvijeno kritičkog mišljenja o sadržaju koji istražuju u području informacijsko-komunikacijskih tehnologija.



Kako bi se djeca medijima služila ne samo „tehnološki kompetentno“, nego i s kritičkom svijeću i zdravorazumskim odmakom od svega što je pogubno i opasno, i društvo treba dati svoj doprinos. Osobito se pritom misli na sustav odgoja i obrazovanja koje djeci, roditeljima i stručnjacima mora pružiti dovoljno informacija, ali i znanja za suočavanje s izazovima novih tehnologija.

# FINANCIJSKA PISMENOST

O financijskoj pismenosti se vrlo malo govori, gotovo ništa, što predstavlja golem problem. Dok ne odrastu, dok ne započnu svoj život, financijski neovisan od vlastitih roditelja, djeca nisu svjesna funkciranja financijskog sustava. Roditelji ih pokušavaju zaštiti od briga financija, ali se moramo zapitati do koje mjere je to štićenje u redu? Kada bismo ih trebali upoznati s financijama i laički pojašnjениm i pojednostavljenim sustavom prihoda i rashoda primjerice?



Iako ne postoji jedinstvena definicija financijske pismenosti, ekonomistise lažu da je to osnovno znanje koje je ljudima potrebno kako bi preživjeli u modernom društvu. Najjednostavnije rečeno, to je sposobnost korištenja znanja i vještina za učinkovito upravljanje financijama kako bi se postigla životna financijska sigurnost. Financijska pismenost ovisi o velikom broju faktora. Naravno, obrazovanje je jedan od najbitnijih faktora. Tu u igru ulazi i obrazovni sustav, koji u Hrvatskoj po ovom pitanju nije najboluhvatniji. I dok mlade učimo zastarjelim znanjima iz nekih predmeta, neke osnovne financijske pojmove uopće ne spominjemo.

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga je 2016. godine provela istraživanje o financijskoj pismenosti u Republici Hrvatskoj u suradnji s Hrvatskom narodnom bankom i Ministarstvom financija. U sklopu istraživanja mjerile su se tri osnovne kategorije: financijsko znanje, financijsko ponašanje i odnos prema trošenju novca. Rezultati istraživanja pokazuju kako najnižu razinu financijskog znanja, ponašanja i odnosa prema novcu imaju osobe mlađe od 19 godina, odnosno djeca i mladi.



# DIGITALNA PISMENOST

Primijetit ćete kako smo za digitalnu pismenost odvojili dosta više prostora u usporedbi s medijskom i financijskom pismenosti. Razlog tome je što živimo u digitalnom dobu i većina našeg dnevnog obitavanja je većinom na ekranima.

Digitalna se pismenost odnosi na sposobnost čitanja i razumijevanja hiperteksta ili multimedijskih tekstova, a uključuje razumijevanje slika, zvukova i teksta dinamičkoga nesekvencijalnog hiperteksta. Iako većina autora o digitalnoj pismenosti govori u odnosu na informacije dostupne internetom, koncept se odnosi i na digitaliziranu građu, koja je primjerice dostupna u knjižnicama. Konkretnе vještine obuhvaćene tim terminom uključuju donošenje suda o online izvorima, pretraživanje interneta, upravljanje multimedijskom građom, komuniciranje internetom.

Učenici često dolaze iz škole kući sa zadatkom da napišu rad na određenu temu, a informacije obično pronalaze na internetu. Sve što se pronađe na internetu, nije nužno istinito i ne može se svemu vjerovati. Neke informacije su točne i vjerodostojne, neke su upitne vjerodostojnosti, a neke su potpuno neistinite. Mladima je internet prvo mjesto na kojem traže informacije za svoja istraživanja i tako postaju izvrstan mamac različitim idejama i stajalištima koji se internetom prenose. Način kojim počinju pretraživati internet u potrazi za informacijama u osnovnoj školi, obično nastavljaju i poslije u životu. Djeca uglavnom vjeruju onomu što pročitaju i prihvaćaju to kao istinu. Učenici trebaju razviti sposobnost preispitivanja i kritičkog razmišljanja prema onome što im se ponudi.



Brojna istraživanja pokazuju kako nove tehnologije imaju sve veći utjecaj u odgoju djece i mladih. U istraživanju koje je 2015. godine proveo Filozofski fakultet u Osijeku u suradnji s Centrom za nestalu i zlostavljanu djecu, u kojem je sudjelovalo 7038 učenika iz 93 osnovne i srednje škole u Hrvatskoj, navodi se da djeca i mladi radnim danima na internetu provode u prosjeku oko 5 sati, dok vikendom u prosjeku provode 6 sati dnevno. Najčešće pristupaju internetu preko mobitela (72.7% stariji učenici, 48.4% učenici četvrtih razreda) (Šincek i sur, 2016.).

Pokazalo se kako su mladi neoprezni prilikom korištenja informacijsko - komunikacijskih tehnologija (neoprezno je 65,2 % mlađih). Ispitano je i povjerenje mlađih u različite vrste medija. Iako mladi koriste Internet na dnevnoj bazi, oko polovice mlađih ga ne smatra niti pouzdanim niti nepouzdanim. Ovo pokazuje kako su mladi neodlučni i nemaju kritičkog stava prema internetu. Isto tako, kada se govori o strategijama vezanima za medijsku pismenost mlađih, u Nacionalnom okvirnom kurikulumu za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje mediji se spominju samo u kontekstu opće medijske kulture, ali nije predviđen rad na konkretnim područjima koja izgrađuju medijsku pismenost. Pravilnom i pravodobnom edukacijom, kao i preventivnim programima, djeca i mlađi se mogu zaštитiti od opasnosti novih tehnologija i pripremiti se za odrastanje uz virtualni svijet koji postaje sve značajniji kako u osobnom životu tako i u poslovnom sektoru. Važno je znati kako Internet i druga suvremena komunikacijska tehnologija funkcioniraju, koji su rizici i što se može učiniti kako bi se isti spriječili. U toj edukaciji ključnu ulogu imaju odrasli koji su bliski djeci, kao glavni prenositelji znanja i učitelji vještina zaštite.



# PROBLEMI U PONAŠANJU

Pojam problema u ponašanju obuhvaća slojevit kontinuum fenomena, koji se razlikuju prema obliku, intenzitetu, trajanju, različitim skupinama uzroka, spolu, dobi u kojoj se počinju, stupnju rizika i prognozi daljnog funkcioniranja djeteta ili mlade osobe. U skladu s tim i je razina zahtjevnosti rada s djecom i mladima u riziku i s problemima u ponašanju. Rezultati istraživanja pokazuju da između 2 % i 20 % školske populacije ispoljava neki oblik ponašanja koja se mogu svrstati u probleme u ponašanju (Lane, 2007; prema Bouillet i sur. 2009). Pojam problemi u ponašanju podrazumijeva pojavu na kontinuumu od blažih smetnji kojima dijete više šteti sebi do ozbiljnih i opasnih ponašanja kojima dijete šteti i sebi i drugima. Nažalost, ne postoji jedinstvena općeprihvaćena definicija pojma problema u ponašanju (Koller – Trbović i Žižak, 2012). Ono što podrazumijevaju sve definicije je da navedena ponašanja ometaju djetetov uspješan socijalni, emocionalni, kognitivni i obrazovni razvoj, no u isto vrijeme predstavljaju i izazov užoj i široj društvenoj zajednici (Bouillet i sur. 2009), zbog čega djeca i mlađi s problemima u ponašanju nerijetko nailaze na nerazumijevanje i stigmatizaciju od članova društvene zajednice te bivaju odbačena i neprihvaćena u svojoj socijalnoj sredini od odraslih i vršnjaka (Pravobranitelj za djecu, 2012).

Tijekom posljednja dva desetljeća svjedoci smo kontinuiranog nezadovoljstva stručnjaka stanjem tretmana djece i mlađih s problemima u ponašanju u Hrvatskoj, a posebice institucionalnog tretmana. Zbog toga se razvijaju suvremena načela rada s djecom i mlađima u riziku i s razvijenim problemima u ponašanju te s njihovim obiteljima. Naime, radi se o individualizaciji tretmana prema potrebama korisnika, primjeni intervencija u prirodnoj sredini, stalnoj evaluaciji tretmana i programa, međuresornoj suradnji i sl. (Maurović, 2010). Tako je razvijen i tretman poludnevног boravka za djecu i mlađe s problemima u ponašanju, kao prva alternativa institucionalnom tretmanu koja je imala za cilj prevladati nedostatke institucionalizacije kao što su psihološko i fizičko izdvajanje djeteta iz obiteljskog okruženja i slabe mogućnosti generaliziranja tretmanskih efekata postignutih u instituciji na život u zajednici i obitelji (Poldrugač i sur., 2006). Navedenim tretmanom poludnevног boravka, djeci i mlađima s problemima u ponašanju se svakodnevno osiguravaju primjereno obrazovanje, individualni i grupni rad, trening socijalnih i drugih potrebnih vještina, strukturirano provođenje slobodnog vremena i rad s roditeljima, članovima obiteljima i drugim odraslim osobama s kojima je dijete u kontaktu.



# RADNI MATERIJALI

## DIGITALNA I MEDIJSKA PISMENOST

Centar za razvoj i zlostavljanje dječju  
CZP CENTAR ZA POSLOVNE VREDNOSTI  
Konservatorija zaštite autorskih prava  
REPUBLIKA HRVATSKA  
MINISTARSTVO ŽUSTICIJE

### ŠTO JE INFORMACIJSKA PISMENOST?

- skup znanja i vještina korištenja različitih informacijskih izvora
- informacijski pismena osoba je svjesna različitih informacijskih izvora, prednosti i nedostataka različitih medijskih formi, vrijednosti i kredibiliteta informacija

Informacijska  
pismenost

- skup vještina, znanja i stavova za ulinkovito korištenje informacija u kontekstu rješavanja problema
- odnosi se na sadržaj

Informatička  
pismenost

- sposobnost koristenja računala, računalnih programa i mreže
- odnosi se na tehnologiju

## DIGITALNA PISMENOST

- rad i učenje u inovativnim okruženjima, a razvijanjem ove vještine razvijaju se računalne kompetencije i etična, sigurna i odgovorna uporaba informacijskih – komunikacijskih tehnologija



## ŠTO DIGITALNO PISMENA OSOBA MORA ZNATI?

1. Korištenje informacijsko – komunikacijsku tehnologiju
2. Prepoznavanje potreba za informacijama
3. Pronalaženje i prikupljanje informacija putem računala
4. Analiziranje i procjena informacija
5. Korištenje (pohrana, stvaranje i prikazivanje) informacije putem računala
6. Objavljivanje i razmjena informacija putem interneta



## ŠTO DIGITALNO PISMENA OSOBA MORA ZNATI?

- bitno je razumjeti i onaj sigurnosni dio prilikom pristupanja online sadržaju putem pretraživača i razviti kritičko razmišljanje koje će nam pomoći u razlučivanju važnog od nevažnog i korisno od nekorisnog jer ako ne znamo gdje i kako pretraživati, možemo vrlo lako krivo „skrenuti“ i naići na lažne ili neprovjerene sadržaje
- koristiti programe za obradu teksta (Word), tablične proračune (Excel) i izradu prezentacija (PowerPoint)



## DIGITALNA PISMENOST – NA ŠTO TREBA PAZITI!



## DIGITALNA PISMENOST

- Video: <https://www.youtube.com/watch?v=Xf7K05rztcl>



## MEDIJSKA PISMENOST



- Evropska komisija: „sposobnost pristupa medijima, razumijevanje i kritičko vrednovanje različitih aspekata medija i medijskih sadržaja te ostvarivanje komunikacije u raznovrsnim kontekstima“
- uključuje sve tehničke, kognitivne, društvene, građanske i kreativne kapacitete koji građanima omogućuju pristup, interakciju i kritičko razumijevanje medija, kao i sudjelovanje u gospodarskome, društvenome i kulturnome životu društva te aktivnu ulogu u demokratskome procesu



## MEDIJSKA PISMENOST

- uključuje brojna znanja, vještine i kompetencije:
- tradicionalnu pismenost (čitanje, pisanje, razumijevanje)
- audiovizualnu pismenost (filmska, televizijska)
- informacijsku
- informatičku
- ICT i digitalnu pismenost
- sposobnost analiziranja, vrednovanja i stavljanja u kontekst



## ZAKON O ELEKTRONIČKIM MEDIJIMA



- prikrivena audiovizualna komercijalna komunikacija: predstavljanje robe, usluga, naziva, zaštitnog znaka ili djelatnosti proizvođača u programima bez upozorenja da je riječ o oglašavanju
- zavaravajuće oglašavanje: bilo koje oglašavanje koje na bilo koji način dovodi u zabludu ili je vjerojatno da će dovesti u zabludu pa je vjerojatno da će zbog toga utjecati na ekonomsko ponašanje
- usporedno oglašavanje: bilo koje oglašavanje koje izravno ili neizravno upućuje na konkurenta, odnosno koje izravno ili neizravno upućuje na robu ili usluge konkurenta

## ZAKON O ELEKTRONIČKIM MEDIJIMA



- sponzorstvo: svaki doprinos poduzeća ili fizičkih osoba, koje nisu uključene u proizvodnju audiovizualnih djela u svrhu promicanja njihova imena, zaštitnog znaka, ugleda, djelatnosti ili proizvoda
- teletrgovina: izravna ponuda koja se emitira javnosti u svrhu nabave roba ili usluga, uključujući nepokretnu imovinu te prava i obveze, u zamjenu za plaćanje
- plasman proizvoda: svaki oblik audiovizualne komercijalne komunikacije koja uključuje ili upućuje na proizvod, uslugu ili pripadajući zaštitni znak tako da se isti prikazuje u programu, u zamjenu za plaćanje ili sličnu naknadu

## ZAKON O ELEKTRONIČKIM MEDIJIMA



- nije dopušteno oglašavanje u kojem se žene i muškarci prikazuju na uvredljiv ili ponižavajući način, s obzirom na spol ili spolno opredjeljenje
- nije dopušteno oglašavanje i teletrgovina oružja, streljiva i pirotehničkih sredstava, duhana i duhanskih proizvoda te droge
- nije dopuštena teletrgovina lijekova, medicinskih proizvoda i liječenja
- nije dopušteno oglašavanje i teletrgovina alkohola i alkoholnih pića, osim iznimaka propisanim Zakonom o hrani
- oglašavanje alkohola mora udovoljavati definiranim pravilima

# FINANCIJSKA PISMENOST



## Što za vas znači financijska pismenost?

- Pojmovi koji se vežu za financijsku pismenost:

Znanje

Vježbine

Ponašanje

Donošenje  
ispravnih  
odлуka

## Financije i novac

- Što su financije?
- Što je novac?

Sredstvo razmjene

Ekonomika  
znanost

Proučavanje  
tržišta

Područje  
ekonomije

Sredstvo plaćanja

Naknada za rad



## Financije i novac

- Financije su područje ekonomije (gospodarstva) koje se bavi proučavanjem novca i distribucije novca
  - Osobne financije, poslovne financije, javne financije
- Novac je sredstvo razmjene, nositelj vrijednosti u razmjeni roba i usluga koji je općeprihvaćen u društву

## Želje i potrebe

### Ono što moramo imati da bismo normalno živjeli

- sve ono što je nužno za postojanje i vlastitu dobrobit
- osnovne životne potrebe, potrebe za obrazovanjem, sportom, učenjem stranih jezika i sl.

### Ono što bismo htjeli imati, ali bez čega možemo živjeti

- prohtjev za proizvodom ili uslugom koji za nas imaju neku vrijednost

## Želje i potrebe

- Zamisli da si dobio/la 200 kn džeparac. Navedene su želje i potrebe uz pripadajuću cijenu. Vaš je zadatak odlučiti kako ćete potrošiti novac, s tim da se ne mora potrošiti sav novac.

Pecivo/sendvič = 10 kn

Pasta za zube = 20 kn

Sladoled = 15 kn

Boca vode = 7 kn

Bežične slušalice = 150 kn

Kino = 40 kn

Joystick za PS5 = 180 kn

Knjiga = 50 kn

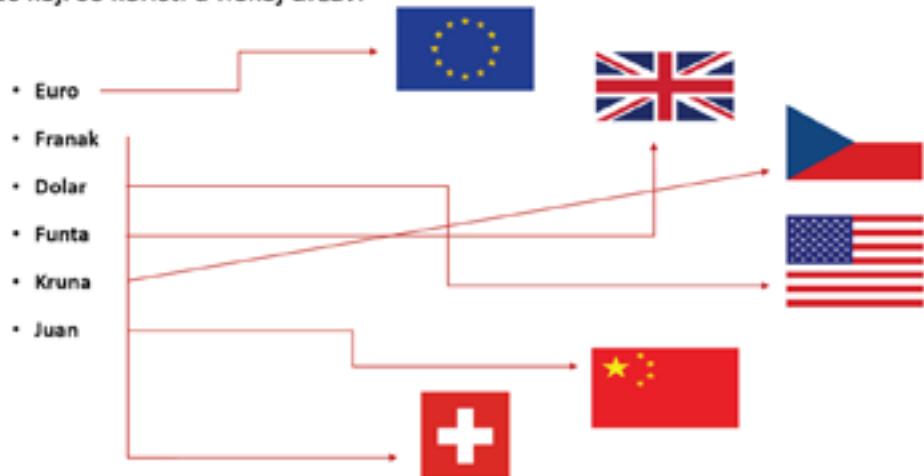
Big Mac = 35 kn

Kupujem:

Štedim/doniram:

## Valute

- Novac koji se koristi u nekoj državi



## Vrijednost valute

- Može li se s 1 kunom kupiti ista količina stvari kao i s 1 eurom?

$$1\text{€} = 7,5 \text{ kn}$$

$$10\text{€} = ? \text{ Kn}$$

$$10 \text{ kn} = ? \text{ €}$$

Što možeš kupiti s 10 kn, a što možeš kupiti s 10€?

## Kartice i računi



Pronadite različitosti na karticama.

Vrste računa:

- **Tekući račun** – uplata plaće i ostalih redovitih uplata
- **Žiro račun** – koristi se za primanje stipendije, plaće preko student servisa i ostale povremene uplate

## II. DIO

### PAMETNI POTROŠAČ



## PAMETNI POTROŠAČ U TRGOVINI

- Trgovine nastoje putem različitih trikova privući potrošača da kupi što više proizvoda, po mogućnosti one koji su skuplji

Metode privlačenja potrošača

Najskuplji proizvodi su u razini očiju

Proizvodi koji idu jedan uz drugoga strateški su postavljeni

Umjetni mirisi



## PAMETNI POTROŠAČ U TRGOVINI

Metode privlačenja potrošača

Ambalaža i boja proizvoda

Glazba

Blagajna



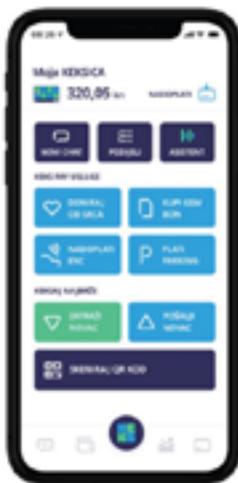
## PAMETNI POTROŠAČ U SVOM DOMU



PITANJE:

KOJE KARAKTERISTIKE ČINE  
PAMETNOG POTROŠAČA?

## PRIMJER: KEKSPAY



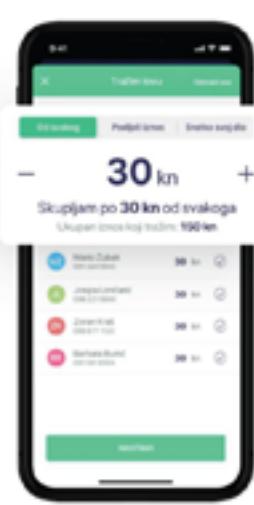
Šalji, primaj,  
plaćaj i doniraj.

Besplatno skinji KEKS Pay za plaćanje,  
slanje i primanje novca bez ikakvih  
naknada!

Skini app

[App Store](#) [Google Play](#) [Android Apk](#)

## PRIMJER: KEKSPAY



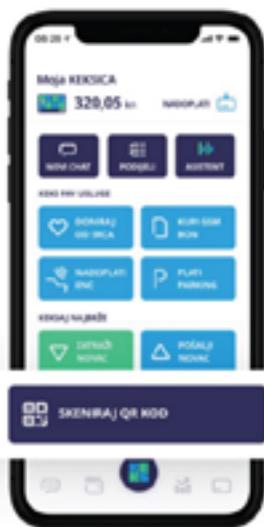
Jednostavno  
jednostavno

Život je komplikiran, KEKS Pay nije.  
Šalji i primaj novac brzo i jednostavno i  
zborevi na zemorne upisivanje  
dugačkih brojeva i šifri.

## PRIMJER: KEKSPAY

### Keksanje kao novi način plaćanja

Idući put kod odeeš po cagu u dućan ili tenisice naručiš online - skeniraj QR kôd i plaćaj doslovno jednim potezom prsta u sve više prodajnih mjestâ i internet trgovina!



## PRIMJER: KEKSPAY



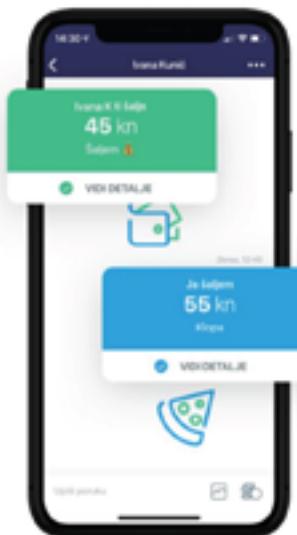
### Bez naknada, časna riječ

Možda zvuči predobro, ali je istinito. Iako je KEKS Pay aplikacija Erste banke, nije nam bitno u kojoj banci imaoš račun niti kome šalješ novac, a primati je možeš čak i iz inozemstva. Naknada za slanje i plaćanje – nemam!

## PRIMJER: KEKSPAY

Visi s ekipom,  
ne izvisi s  
lovom

KEKS Pay je napravljen od ekipa za ekipu. Dopisuj se i dogovaraš druženja s frendavima, a troškove podijelite putem aplikacije u bilo kojem trenutku.



## PRIMJER: KEKSPAY



### Odvoji za druge

Doniraj s nama i pomozi organizaciji po Želji u svega par klikova. Naravno, bez naknada. Samo ljubav!

## PRIMJER: KEKSPAY

Troši ili štedi lov  
koju dobiješ kroz  
KEKS Pay

KEKSICA je istovremeno i prepaid  
račun i kartica koja se lovom puni  
direktno kroz KEKS Pay. Trošiš koliko  
imaš, a račun možeš nadopuniti ti, ili ti  
ga može napuniti neko drugi.



## PODUZETNIČKA IGRA



## Centar za poduzetništvo



- Poduzetnička potporna institucija
- Udruga građana osnovana 1997. godine
- Osnovne usluge – informiranje i savjetovanje (0800 345 345; [info@czposijek.hr](mailto:info@czposijek.hr)), edukacije, izrade poslovnih planova i investicijskih studija, pisanje i provedba EU projekata
- *Kada ne znate kako, mi ćemo Vam pomoći lako!*

## PODUZETNIČKA IGRA

- Poduzetnička igra predstavlja simulaciju poduzetničkog poduhvata.
- Mjesec dana u životu poduzetnika.

**Tko želi biti sam svoj šef?**



Što ćemo danas raditi?

## •Proizvoditi ŠEŠIRE!

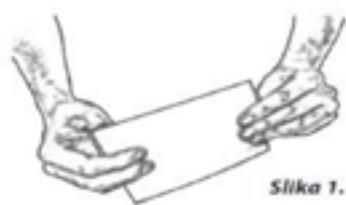
**Moramo se podijeliti u timove (1,2,3,...)**

**Prije početka pročitati pravila igre**



### Proizvodnja šešira

- u gradu gdje postoji samo jedna banka, jedan proizvođač sirovine i jedan kupac
- TABLICA PROIZVODNOG CIKLUSA – **svaki tjedan jedan proizvodni ciklus**
- Kredit u banci – 160 kn
- Kupovina materijala – 40 kn
- Prodaja gotovih šešira – 80 kn
- Škart – prijava prije prodaje – isplata 20 kn
- Ako gotovi šešir ne prođe kontrolu kvalitete – 0 kn



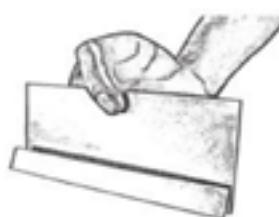
Slika 1.



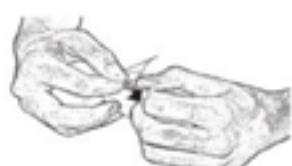
Slika 2.



Slika 3.



Slika 4.



Slika 5.



Slika 6.



Slika 7.



Slika 8.

## Tablica proizvodnog ciklusa

PONEDJELJAK kupovina materijala "Kineas"	UTORAK proizvodnja Šešira	SRIJEDA prodaja "Veseli šešir"	ČETVRTAK ispitata "Vale" banka	PETAK planiranje	SUBOTA tretiranje "Super" trgovina	NEDJELJA odmor	STEĐNICA
			1. početni _____ od banke _____	2. proizvodnja _____ trgovina _____ štendija _____	3.	4.	
5. broj materijala broj preuvezdenih šekira	6. broj preuvezdenih šekira	7. prodani _____ škurt _____ neto ispravni _____	8. kom x 80 = _____ kom x 20 = _____ ukupno _____	9. proizvodnja _____ trgovina _____ štendija _____	10. zavos potrošen u trgovini _____	11.	
12. broj materijala broj preuvezdenih šekira	13. broj preuvezdenih šekira	14. prodani _____ škurt _____ neto ispravni _____	15. kom x 80 = _____ kom x 20 = _____ ukupno _____	16. proizvodnja _____ trgovina _____ štendija _____	17. zavos potrošen u trgovini _____	18.	
19. broj materijala broj preuvezdenih šekira	20. broj preuvezdenih šekira	21. prodani _____ škurt _____ neto ispravni _____	22. kom x 80 = _____ kom x 20 = _____ ukupno _____	23. proizvodnja _____ trgovina _____ štendija _____	24. zavos potrošen u trgovini _____	25.	
26. broj materijala broj preuvezdenih šekira	27.najam - 300	28. prodani _____ škurt _____ neto ispravni _____	29.kredit _____ zavoj novac u rest dostoj. vrednost ukupno inozemstvo prihodi _____	30. zavoj novac u rest dostoj. vrednost ukupno inozemstvo prihodi _____			
Ukupno kupljenoh materijala							
Ukupno prodanih šekira							
Ukupno šekira							
Ukupno neto izpravnih							

## Pravila igre

- **Četvrtak** – banka (kredit – 1. tjedan 160 kn, tjedna isplata – ovisno koliko budete imali ispravnih proizvoda)
- **Petak** – dan za planiranje sljedećeg tjedna (u 1. tjednu imate na raspolaganju 160 kn, max 4 materijala možete kupiti)
  - Proizvodnja - Koliko ćete novca izdvajati za kupovinu materijala?
  - Trgovina - Koliko ćete novca izdvajati za kupovinu u supermarketu?
  - Štednja - Koliko ćete i hoćete li izdvajati novce za štednju?
- **Subota** – predstavnik tima odlazi u trgovinu (kupovina u supermarketu)
- **Nedjelja** – ODMOR
- **Ponedjeljak** – kupovina materijala za proizvodnju (40 kn - 1 sirovina)
- **Utorak** – proizvodnja šešira (ograničeno vrijeme 1 – 1,5 min)
- **Srijeda** – prodaja šešira, kontrola kvalitete proizvoda (proizvode koje prijavite kao škart prije testiranja – dobijete 20 kn; šešir koji ne prođe kontrolu kvalitete – 0 kn)

\*napomena: 27. plaćate najam prostora (100), a 29. vraćate banci kredit (200)

## OSTVARENO

R.BR.	TIM	ISPRAVNI	ŠKART	NEISPRAVNI	ŠTEDNJA	PRIHOD
1.	PLAVI					
2.	CRVENI					
3.	ŽUTI					
4.	ZELENI					

## Analiza igre

- Koliko je šešira svaki od timova proizveo i koliko su profita ostvarili?
- Koji je tim ostvario najviše profita i zašto?
- Kako su se donosile odluke unutar tima?
- Kako ste se organizirali unutar timova i je li se to odrazilo na rezultat?
- Koji su od navedenih pristupa (tajkunica Tanja, štedljivi Šime, pohlepni Pero, mudri Mate Mišo) koristili pojedini timovi?
- Jesu li timovi mudro razdvajali osobne potrebe od potreba poduzeća?
- Jeste li kupovali u trgovini samo ono što je potrebno ili ste bili rastrošni?

## Pristupi upravljanju poduzetničkim poduhvatom

- **Tajkunica Tanja** – obožava svoj poduzetnički poduhvat, ne zamara se štednjom, slobodno vrijeme i sredstva ulaže u poslovanje, često zaboravlja na potrebe svoje obitelji
- **Štedljivi Šime** – mrzi kada mora preuzeti bilo kakav rizik, najsretniji je kada sav svoj profit oroči u banci, gdje je novac najsigurniji, preoprezan je i zato njegovo poslovanje nikada ne dođe u fazu rasta i razvoja

## Pristupi upravljanju poduzetničkim poduhvatom

- **Pohlepni Pero** – sve prihode svog poslovanja promatra kao vlastitu plaću, ne štedi nikada, sav novac koristi kako bi ispunio svoje želje (novi automobil, skupa odjeća..)
- **Mudri Mate Mišo** – pažljivo planira svoje poslovanje, ulaže u poslovanje kako bi poduzeće raslo i razvijalo se, štedi dio profita kako ne bi došlo do bankrota uslijed nepredviđenih troškova, troši samo onoliko koliko mu dopušta njegova plaća

**ZAHVALUJEMO NA PAŽNJI!**

# ZAKLJUČNO

Upravo zbog svega navedenog u ovome priručniku dolazimo do zaključka kako je potrebno unaprjeđivati postojeće, razvijati nove i kontinuirano implementirati edukativne i preventivne aktivnosti te projekte sa svrhom unaprjeđenja medijske, financijske i posebice digitalne pismenosti za djecu, mlade, ali i odrasle. Ovakvi programi omogućuju da se izvan redovitoga odgojno-obrazovnog sustava steknu dodatno znanje i vještine, da se nauči kako pridonijeti kvaliteti svoga života i života drugih ljudi u vlastitoj okolini i zajednici te da educirani postanu aktivni građani našega društva.

Projekt „**P!\$M€N1 – 2.0**“ usmjeren je upravo na razvijanje vještina i kompetencija u području informacijsko-komunikacijskih tehnologija, odnosno financijske, digitalne i medijske pismenosti provođenjem edukativnih radionica za djecu i mlade, izradom inovativnih alata i usluga te cjelokupnom promocijom projekta kroz izradu i objavu brojnih promotivnih i edukativnih materijala.

Vjerujemo da naše aktivnosti biti koristan primjer dobre prakse za ostale organizacije i institucije u razvitku dodatnih kurikuluma za razvitak i unaprjeđenje znanja i vještina u području medijskog opismenjavanja djece, mladih i odraslih.



# LITERATURA

1. Bouillet i sur. (2009.). *Pedagoške mjere u sustavu intervencija prema učenicima rizična ponašanja: kritička analiza*. Napredak: Časopis za interdisciplinarna istraživanja u odgoju i obrazovanju, Vol. 151 No. 2, str. 268-290.
2. Hrabri telefon, Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba (2014.). *Istraživanje o iskustvima i ponašanjima djece na Internetu i na društvenoj mreži Facebook*. - <https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/istrazivanje-o-iskustvima-i-ponasanjima-djece-na-internetu-i-na-drustvenoj-mrezi-facebook-2/>
3. Hrvatska narodna banka (HNB), Hrvatska agencija za nadzor finansijskih usluga (Hanfa) (2016). *Mjerenje finansijske pismenosti*. - <https://www.hanfa.hr/vijesti/04022016-predstavljeni-rezultati-istrazivanja-mjerenje-finansijske-pismenosti/>
4. Ilišin, V. (2005.). *Roditelji kao medijski odgajatelji: komunikacija djece i roditelja o medijskim sadržajima*. Medijska pismenost i civilno društvo. Sarajevo: Mediacentar, str. 131-152.
5. Koller-Trbović, N., Žižak, A. (2012.). *Problemi u ponašanju djece i mladih i odgovori društva: višestruke perspektive*. Kriminologija i socijalna integracija. Vol. 20 (2012) Br. 1, 1132, str. 49-62.
6. Maurović, I. (2010.). *Intervencije u obiteljskom okruženju: mogućnost prevencije izdvajanja djece i mladih rizičnog ponašanja iz obitelji*. Ljetopis socijalnog rada, Vol. 17 No. 3, str. 413-443.
7. Slunjski, E. i sur. (2014.) *Nacionalni kurikulum za rani i predškolski odgoj i obrazovanje*. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, Zagreb. - <https://vrtic-krijesnice.zagreb.hr/UserDocsImages/Nacionalni-kurikulum-za-rani-i-predskolski-odgoj-i-obrazovanje.pdf>
8. Poldrugač i sur. (2006.). *Poludnevni tretman djece i mlađeži s poremećajima u ponašanju*. Zagreb: Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu i Hrvatska udruga socijalnih pedagoga.
9. Pravobranitelj za djecu (2012.). *Zaštita prava i interesa djece s problemima u ponašanju. Zbornik priopćenja sa stručnih skupova pravobraniteljice za djecu*. Zagreb, rujan 2012.
10. Šincek i sur. (2016.). *Priručnik za voditelje programa prevencije nasilja putem Interneta*. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet.

# PREPORUČENE STRANICE I PUBLIKACIJE:

- Centar za sigurniji Internet – [www.csi.hr](http://www.csi.hr)
- Portal Legosi u centru – <https://legosi.org/>
- Portal Medijska pismenost – <https://www.medijskapismenost.hr/>
- Publikacije Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba  
<https://www.poliklinika-djeca.hr/category/publikacije/>



Centar za nestalu i zlostavljanu djecu vodeća je organizacija koja djeluje već više od petnaest godina u području zaštite djece od zlostavljanja i seksualnog iskorištavanja putem interneta. Svakodnevno skrbimo o djeci koja se nalaze u nepovoljnim životnim uvjetima i nastojimo podići kvalitetu njihova života.

U suradnji sa zajednicom, stručnjacima i nadležnim institucijama radimo na prevenciji nestanka djece te pružamo podršku obiteljima u kriznim situacijama.

Provodimo brojne projekte u području sigurnosti i zaštiti na internetu, medijskog opismenjavanja djece, mlađih i odraslih, zaštite mentalnog zdravlja i dr.

### **Projekt „P!\$M€N1 – 2.0“**

Projekt „P!\$M€N1 – 2.0“ je odobrilo Ministarstvo znanosti i obrazovanja kroz Natječaj za dodjelu bespovratnih sredstava projektima udruga u području izvaninstitucionalnog odgoja i obrazovanja djece i mlađih i šk. god. 2021./2022., iz Državnog proračuna RH iz prihoda od igara na sreću kao namjenskih prihoda proračuna 2021. god.

Projekt se provodi u partnerstvu s Centar za poduzetništvo – za razvoj i promoviranje poduzetničkog ponašanja, i Katoličkom osnovnom školom u Požegi.

Ukupna vrijednost projekta je 96.833,33 kn.

### **Ciljevi projekta**

Opći cilj projekta je unaprijediti financijsku, digitalnu i medijsku pismenost kod djece i mlađih opće populacije i u riziku i s problemima u ponašanju uz informiranje i senzibiliziranje javnosti na području Požeško-slavonske županije.

Specifični ciljevi projekta su povećati financijsku, digitalnu i medijsku pismenost i razviti kritički odnos prema medijskim sadržajima kod djece i mlađih opće populacije i s problemima u ponašanju na području Požeško-slavonske županije. Podizanje svijesti javnosti o financijskoj, digitalnoj i medijskoj pismenosti te diseminacija primjera dobre prakse. Dugoročne promjene koje će nastati provedbom projekta ogledaju se u rezultatima projekta: edukativne aktivnosti za djecu i mlade kroz održavanje radionica o financijskoj, digitalnoj i medijskoj pismenosti, izrada priručnika s prezentacijama i dodatnim materijalima koji će se koristiti i nakon isteka financijske podrške projektu. Uz održavanje Festivala financijske, digitalne i medijske pismenosti, tijekom cijelog trajanja projekta će se odvijati medijska kampanja koja će javnost obavještavati o napretku i rezultatima projekta i njegovih aktivnosti. Svi materijali proizašli iz aktivnosti projekta će biti dostupni široj javnosti besplatno za preuzimanje i korištenje.