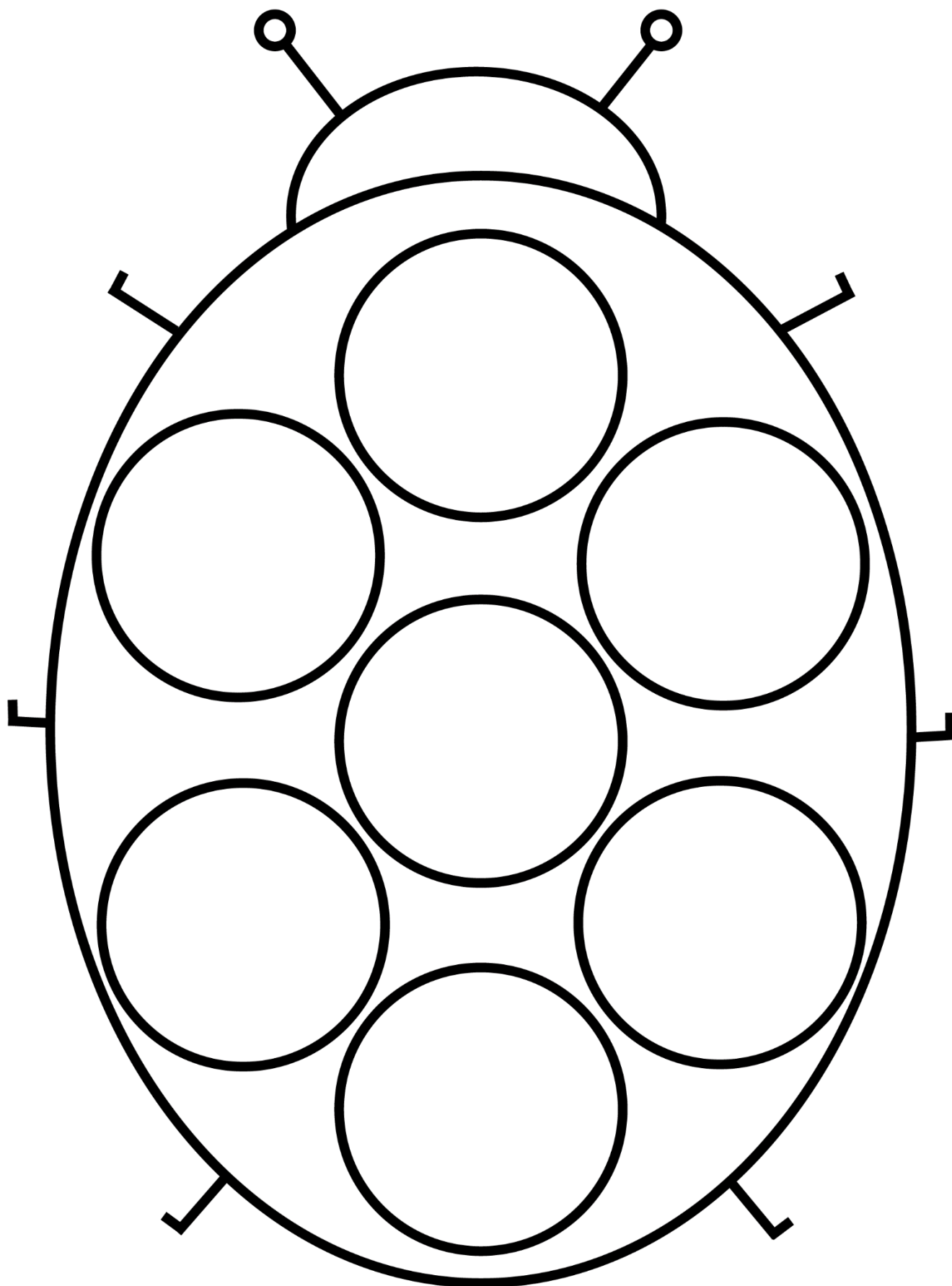


Příloha	4.1 Beruška
Tematický blok	2.1 Já online
Téma	2.1.1 Vzájemné seznámení



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MS
MT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



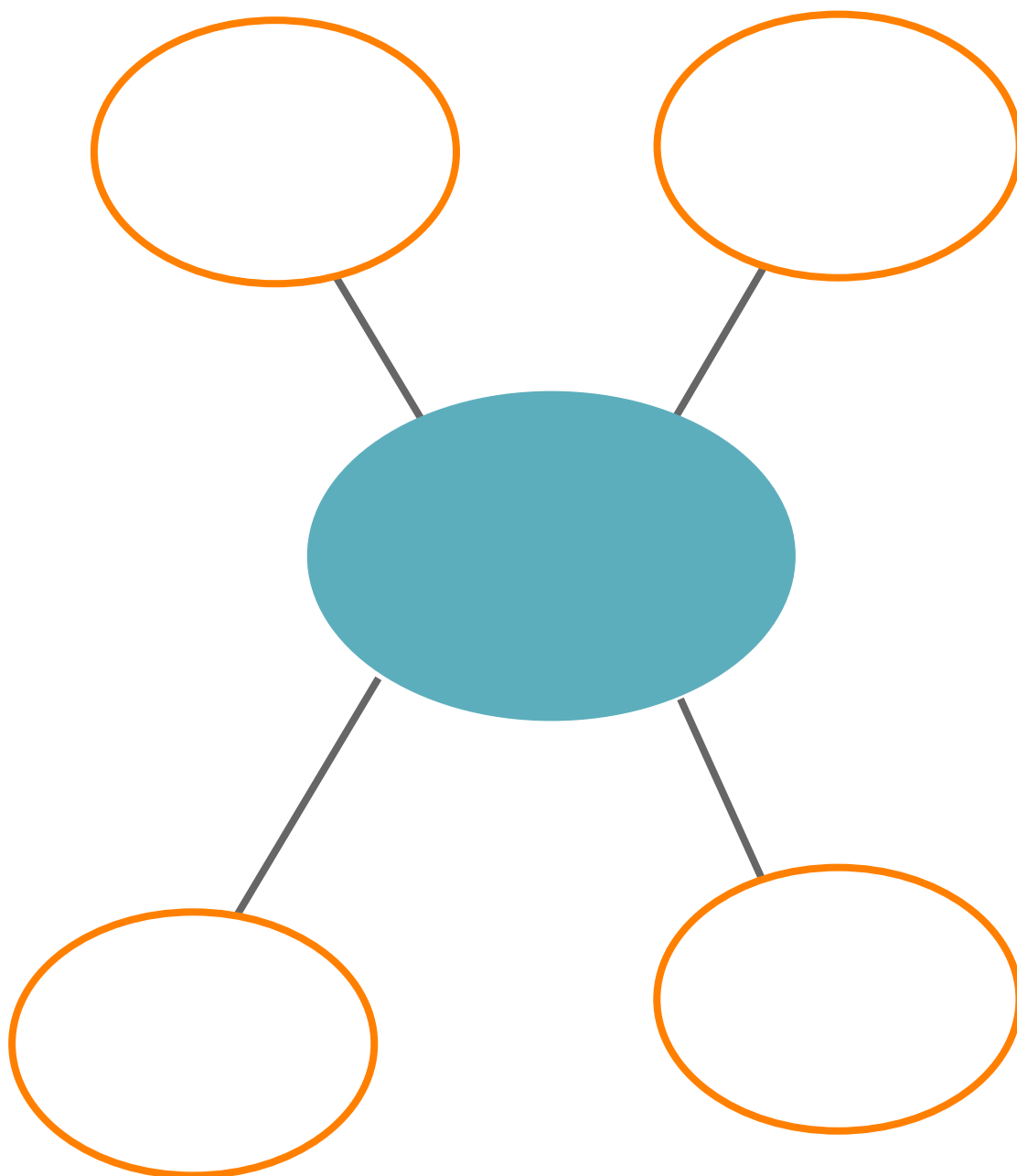
Příloha	4.2 Partner projektu
Tematický blok	2.1 Já online
Téma	2.1.2 eTwinning a TwinSpace



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Partner projektu



Příloha	4.3 Pravidla netikety – kartičky
Tematický blok	2.1 Já online
Téma	2.1.3 Pravidla netikety



Remember the human

Mysli na člověka, který sedí na „druhé straně“

- Tím, že s ostatními komunikujeme nepřímo prostřednictvím různých technologií, zapomínáme, že příjemcem našeho chování na internetu je stále člověk, a proto zde platí zlaté pravidlo: Nečiň druhým, co nechceš, aby oni činili tobě.
- Pod toto pravidlo můžeme uvést další dílčí pravidla, jako jsou: Nepravuj a nesdílej fotografie a videa bez souhlasu lidí, kteří na nich jsou. Nepřeposílej řetězové e-maily. Komentuj příspěvky věcně, nešíř pouhou nenávist.

Adhere to the same standards of behavior online

Na internetu se chovej, jako se chováš ve skutečném světě

- Mysli na to, že zákony platné v reálném světě jsou platné i v tom virtuálním, přestože je tento svět více anonymní.
- Při vstupu do chatu pozdrav, před odhlášením z chatu se rozluč s ostatními.

Know where you are in cyberspace

Mysli na to, kde se právě v kyberprostoru pohybuješ

- V komunikaci vždy dobře zvaž, odkud adresát pochází. V online prostředí může daleko snadněji dojít k nedorozumění. Ta mohou být způsobena různými kulturami, jazykem či smyslem pro humor.
- Jsi-li nový v určitém virtuálním prostředí (diskusní fórum, chat), nejdříve se porozhlédni, jak to tam funguje. Až pak se aktivně zapojuj.



**Respect other
people's time
and
bandwidth**

**Respektuj čas
a informační
kapacitu
ostatních**

- Než někomu položíš dotaz, ujisti se, jestli už nebyl zodpovězen. Zhodnoť, jestli je tvá otázka skutečně relevantní.
- Než někoho požádáš o pomoc s problémem, zkus ho nejprve vyřešit sám. Ověř si, zdali už v diskusi nebyl podobný případ řešen.
- Nepřeposílej řetězové e-maily („Když pošleš tento e-mail aspoň 10 blízkým osobám...“).

**Make yourself
look good
online**

**Buduj svoji
dobrou pověst
v online
prostředí**

- Na konci příspěvku se vždy podepiš, případně na sebe uveď kontakt.
- Buď kritický, ale konstruktivní.
- Své argumenty opírej o důkazy. Diskutuj věcně (ne pouze emotivně).
- Vyjadřuj se k tomu, čemu skutečně rozumíš, a dbej na to, aby tvé vyjádření mělo logiku.
- Hlídej si gramatickou správnost svých příspěvků.
- Ke komunikaci nepoužívej jen emotikony („smajlíky“).

**Share expert
knowledge**

**Poděľ se
s ostatními
o své znalosti**

- Vyhledávej diskuse na témata, kterým opravdu rozumíš a kde můžeš debatu obohatit.
- Znáš-li odpověď na otázku v diskusích, sdílej ji.
- Víš-li o materiálech, které by mohly do diskuse věcně přispět, sdílej je (video, články, knihy). Ověř si jejich původ a zmiň, kde jsou dostupné (např. link) a případně kdo je jejich autorem.

**Help keep
flame wars
under control**

**Vyvaruj se
hrubého
chování na
internetu
a nepodporuj
ho**

- Nenech se strhnout vulgarismy a příliš emotivními projevy.
- „Nehejtuj“.
- Nešíř falešné zprávy (hoaxy), případně na ně ostatní upozorni.
- Neurážej ostatní.



**Respect other
people's
privacy**

**Respektuj
soukromí
druhých**

- Bez souhlasu odesílatele nepřeposílej zprávy ostatních.
- Když na tebe dotyčná osoba nereaguje ani na druhé vyzvání, nech ji být.
- Nerozesílej komunikaci z privátních diskusí lidem, kteří nejsou členové dané skupiny.
- Nepokoušej se přihlašovat k žádnému cizímu účtu.

**Don't abuse
your power**

**Nezneužívej
svou sílu**

- Jsi-li expertem v kyberprostoru (např. správcem fóra, administrátorem apod.), nezneužívej své znalosti ke čtení cizí pošty, bezdůvodnému mazání příspěvků či arogantnímu upozorňování na chyby.

**Be forgiving of
other people's
mistakes**

**Odpouštěj
druhým jejich
chyby**

- Každý jednou začínal, a proto buď shovívavý k ostatním, kteří udělají začátečnickou chybu.
- Zvaž, jestli je chyba toho druhého skutečně tak zásadní, aby bylo nutné ji v online konverzaci komentovat.
- Když už někoho na chybu upozorníš, snaž se být zdvořilý.

<i>Příloha</i>	4.4 Chování dětí na internetu – kartičky
<i>Tematický blok</i>	2.1 Já online
<i>Téma</i>	2.1.3 Pravidla netikety



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Nejpopulárnějšími službami u dětí jsou YouTube (90 %), Facebook (72 %), FB Messenger (69 %), Instagram (69 %). Které z těchto sítí budou podle tebe v budoucnu méně populární, které naopak více?

Polovina dětí pod 13 let využívá sociální sítě. Porušují tím tedy nastavená pravidla. Jaká rizika to podle tebe má?

Na sociální sítě chodí 3 ze 4 dětí starších 13 let. Překvapuje tě toto číslo? Vysvětli jak.

7 % dětí uvedlo, že mají zkušenost s tím, že rodiče sdíleli na sociálních sítích jejich fotografie, ačkoli s tím nesouhlasily. Je podle tebe tzv. sharenting problém?

Mezi dětmi získává na popularitě TikTok (28 % je na něm aktivních). Slyšel/a jsi o této sociální síti? Jaký je tvůj názor na ni?

Mezi populární zábavu patří na YouTube tzv. výzvy. Zapojil/a jsi se do nich někdy ty sám/sama nebo spolužáci? Co si o nich myslíš?

60 % dětí má ve svém mobilním telefonu trvalý přístup na internet, nepotřebuje tedy wifi. Souhlasí toto zjištění s tvou zkušeností?

41 % dětí zažilo v posledním roce nějakou formu kybernetické agrese. Nejvíce dětí zažilo slovní ponižování (27 %), nabourání účtu (13 %) a šíření ponižující fotografie (12 %). Máš zkušenost s kybernetickou agresí?

Přes 73 % dětí ve věku 7–13 let používá telefon stále nejvíce k telefonování, následuje posílání zpráv přes online služby (66 %). Mění se podle tebe toto chování u dětí starších 13 let?

Polovina dětí má ve školách o přestávce povoleno používat mobilní telefon (nikoli však v hodinách). 41 % hraje hry, 39 % je aktivních na sociálních sítích. Co si o zákazu používání mobilního telefonu o přestávkách myslíš? Má podle tebe vedle nevýhod i nějaké výhody?

Výzkum provedla Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci. Data byla sebrána od 27 177 respondentů ve věku 7–17 let v období 1. 2. – 1. 5. 2019.

<i>Příloha</i>	4.5 Sebehodnocení při práci ve skupině
<i>Tematický blok</i>	2.1 Já online
<i>Téma</i>	2.1.3 Pravidla netikety



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Sebehodnocení při práci ve skupině				
Kritérium	Stále	Často	Někdy	Výjimečně
Dnešní práce ve skupině mě bavila.				
Aktivně jsem se podílel/a na splnění úkolu skupiny.				
Nabízel/a jsem vlastní nápady.				
Naslouchal/a jsem druhým.				
Přemýšlel/a jsem vážně o nápadech a názorech druhých.				
Diskutoval/a jsem ve skupině.				
Když jsem s něčím nesouhlasil/a, snažil/a jsem se vysvětlit proč.				

Sebehodnocení při práci ve skupině				
Kritérium	Stále	Často	Někdy	Výjimečně
Dnešní práce ve skupině mě bavila.				
Aktivně jsem se podílel/a na splnění úkolu skupiny.				
Nabízel/a jsem vlastní nápady.				
Naslouchal/a jsem druhým.				
Přemýšlel/a jsem vážně o nápadech a názorech druhých.				
Diskutoval/a jsem ve skupině.				
Když jsem s něčím nesouhlasil/a, snažil/a jsem se vysvětlit proč.				

<i>Příloha</i>	4.6 Alfabetbox – mobilní telefon
<i>Tematický blok</i>	2.2 Já online
<i>Téma</i>	2.1.4 Já a mobilní telefon



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Mobilní telefon

A	B	C	D	E
F	G	H	I	J
K	L	M	N	O
P	Q	R	S	Š
T	U	V	Z	Ž

<i>Příloha</i>	4.7 Moje vlastnosti a dovednosti
<i>Tematický blok</i>	2.2 Vytvoření kmenových skupin, GPS a její využití
<i>Téma</i>	2.2.2 Vytvoření skupin a teambuilding



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Jméno:

Jsem dobrý/á v:

Příliš mi nejde:

<i>Příloha</i>	4.8 Otázky k reflexi teambuildingu
<i>Tematický blok</i>	2.2 Vytvoření kmenových skupin, GPS a její využití
<i>Téma</i>	2.2.2 Vytvoření skupin a teambuilding



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Ve skupince písemně zodpovězte následující otázky:

Aktivita: STAVĚNÍ VĚŽE

Jak se vám společně pracovalo?

Kdo měl jakou roli?

Jak jste při úkolu postupovali? Jaké fáze stavění věže mělo?

Co byste příště udělali jinak, aby byl váš výsledek ještě lepší?

<i>Příloha</i>	4.9 Tabulka V-CH-D k tématu GPS
<i>Tematický blok</i>	2.2 Vytvoření kmenových skupin, GPS a její využití
<i>Téma</i>	2.2.2 Co je to GPS a jak ji využíváme v běžném životě



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



GPS		
Co vím?	Co bych chtěl/a vědět?	Co jsem se dozvěděl/a?

<i>Příloha</i>	4.10 Terminologie ke geocachingu
<i>Tematický blok</i>	2.3 Geocaching
<i>Téma</i>	2.3.1 Úvod do geocachingu



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Geocaching slovníček

	Poklad (z anglického „cache“, které znamená také úkryt nebo tajná skrýš).
	Zakladatel pokladu (keše), který ho zadal do systému a dále ho udržuje.
	Anglicky „mystery cache“ , odkazuje ke keši, jejíž přesné souřadnice kačer získá skrze vylustění hádanky, šifry apod.
	Anglicky „Cache In Trash Out“ , setkání geocacherů na určitém místě za účelem vyčistit jeho okolí od odpadků.
	Sešit , do kterého se geocacher zapíše, když poklad najde, obvykle se nachází v plastové krabičce.
	Hledač pokladu (z anglického „cacher“, „geocacher“).
	Dobrovolník , který schvaluje a publikuje keše ve svém regionu.
	Informace na keši , o co se jedná, pro případ, že krabičku objeví náhodný nálezce.

<i>Příloha</i>	4.11 Instrukce ke geocachingu
<i>Tematický blok</i>	2.3 Geocaching
<i>Téma</i>	2.3.3 Zakládání vlastní kešky



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Vytvořte kešku pro další skupiny

Připravte si věci, které budete potřebovat na vytvoření pokladu:

V mapě okolí vytipujte místo, které by mohlo být zajímavé pro skrytí pokladu (např. zřícenina domu, starý strom, vzácná rostlina, obora se zvířaty, posed s výhledem, pramen apod.). Místo nesmí být dále než 1 km od místa pobytu. Výběr místa můžete konzultovat i s místními obyvateli. **Vyrazte na vybrané místo.** Pokud po cestě narazíte na jiné místo, které se vaší skupině zdá vhodnější, můžete poklad schovat jinde oproti původnímu plánu. **Cestou si všimněte svého okolí,** zkuste na mobil zaznamenávat pomocí fotografií či videa jak pozitivní (pěkná), tak negativní (problematická) místa. Až vyberete místo, kam poklad schováte, **zjistěte na internetu maximální množství informací o místě, stavbě, zvířeti, stromu, rostlině či jakékoli jiné pozoruhodnosti, která se v blízkosti nachází.** Vyberte informace, které u pokladu uvedete, a sepište je na zelený papír. Na papíře musí být alespoň 3 zajímavé informace. **Připravte a na žlutý papír napište 3 úkoly,** které budou ostatní skupiny na místě plnit. Úkoly se musí vázat na informace, které jste o místě zjistili (např. *Najdi a vyfoť rostlinu kaprad' samec. Které zvíře vyhloubilo díru do země vedle pokladu? K čemu slouží žlutě natřená budova, kterou vidíš v dálce? Dotkni se alespoň deseti borovic v co nejkratším čase, natoč to na video. Napiš jméno vaší skupiny pomocí smrkových šišek a napiš vyfoť.*).

Příloha	4.11 Instrukce ke geocachingu
Tematický blok	2.3 Geocaching
Téma	2.3.3 Zakládání vlastní kešky



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Založte poklad do plastové krabičky. **Poklad musí obsahovat:**

- krátkou informaci na víčku krabice, o co se jedná, pro náhodného nálezce (tzv. mudlokartu)
- notýsek s informací, kam se mají nálezci podepsat (tzv. logbook)
- propisku
- zelený papír se zajímavými informacemi o místě, které jste pro poklad vybrali
- žlutý papír se třemi úkoly

the name of the cache:	
a cache by:	
	N E
Difficulty:	☆ ☆ ☆ ☆ ☆
Terrain:	☆ ☆ ☆ ☆ ☆
Additional Hints	

Ukryjte svůj poklad. Podobně jako v reálném geocachingu není možné poklad zakopávat do země. Dávejte také pozor, aby poklad nebyl na soukromém pozemku nebo se nenacházel na jednom z míst, kde je to zakázané (hřbitov, dětské hřiště, MŠ, ZŠ). **Zaznamenejte si souřadnice GPS**, kde se poklad nachází, a vraťte se na domluvené místo.

<i>Příloha</i>	4.12 YES/NO table
<i>Tematický blok</i>	2.4 Plogging
<i>Téma</i>	2.4.1 Objevování významu slova plogging



Statement	Before reading	After reading	Write the sentence from the text supporting your answer.
1. Plogging is a new fitness trend combining jogging and muscle-building.	YES / NO	YES / NO	
2. Plogging started in Scandinavia.	YES / NO	YES / NO	
3. The plogging father came up with this activity after he moved from the capital to rural area.	YES / NO	YES / NO	
4. Plogging started already in 2005 but no one was really practising it actively.	YES / NO	YES / NO	
5. Plogging has only been popular in Europe so far.	YES / NO	YES / NO	
6. Practising plogging you will burn more calories than while just jogging.	YES / NO	YES / NO	
7. Plogging spread mainly thanks to social networks.	YES / NO	YES / NO	
8. The disadvantage of plogging is that you need expensive equipment to practise it.	YES / NO	YES / NO	

<i>Příloha</i>	4.13 The Magic of Plogging – article
<i>Tematický blok</i>	2.4 Plogging
<i>Téma</i>	2.4.1 Objevování významu slova plogging



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



The Magic of Plogging

The term “plogging” is composed of a Swedish word “plocka upp” = to pick up, and English “jogging”. Plogging is a recent fitness trend aimed at running and picking up litter you find on your way. The father of plogging is Erik Ahlström, a Swede who moved from a skiing resort located in the north of Sweden to the capital of Stockholm several years ago. On his regular bike rides to work he was shocked to see the amount of litter dropped in the streets and in parks. Therefore, he created a Facebook page named “Plogga” and invited friends to join him in picking up litter while they were jogging. In 2016, he developed it into a new sports activity and spread it around Sweden. Since then, plogging has been practised nearly on all the continents and nowadays, Plogga group contains runners from over 40 countries worldwide. Indeed, plogging is exercised in the US, in Japan, Nigeria, Thailand as well as India. In Iceland, even the president of the republic is practising plogging. Furthermore, at Instagram we can find a number of pictures under hashtag “plogga” posted by individuals, groups of friends, companies as well as schools. Indeed, social networks where people share what they have collected and which routes they have run have major impact on raising awareness of this phenomenon.

Swedish fitness app Lifesum reports people practising plogging will burn more calories compared to mere jogging activities: while a 30 minute running activity will burn about 235 calories, plogging will burn 288 calories. This difference should be attributed to the fact that plogging comprises also squats, bending, stretching and, obviously, running with a load. Consequently, ploggers will become actively involved in cleaning the environment in their neighbourhood while improving their shape and health. Furthermore, while exercising, they seem to concentrate less on the pain in their legs and their short breath and focus more on litter scattered around their way which might improve their motivation.

To conclude, let’s read a quote Mr. Ahlström published in one of his motivation videos: “After all, it does not matter whether you run, ride a bike, paddle or just walk while practising plogging. What is important is that picking up litters start to feel natural to you.” Moreover, Mr. Ahlström also says that the biggest magic of plogging is in its simplicity. Indeed, to practise it, you don’t need to pay for any expensive courses or to buy any special gear. All you need is a plastic bag or a waste bag and your desire to make the world a better place.

<i>Příloha</i>	4.14 Doba rozkladu odpadků v přírodě
<i>Tematický blok</i>	2.4 Plogging
<i>Téma</i>	2.4.1 Objevování významu slova plogging



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Doba rozkladu odpadků v přírodě

Odpadek	Přibližná doba rozkladu
ohryzek jablka, hrušky	
papír	
slupka od banánu	
slupka od pomeranče	
vlněná ponožka	
krabice od nápoje bez hliníkové fólie (kefíry, čerstvá mléka)	
nedopalek cigarety s filtrem	
plechovka	
igelitový sáček či taška	
žvýkačka	
plastový kelímek	
PET lahev, plastová lahev	
alobal nebo tetrapak s hliníkovou fólií	
jednorázové pleny	
sklo	
polystyren	
struny do sekačky	

<i>Příloha</i>	4.15 Jak používat GPS tracker
<i>Tematický blok</i>	2.4 Plogging
<i>Téma</i>	2.4.2 Plogging na vlastní kůži



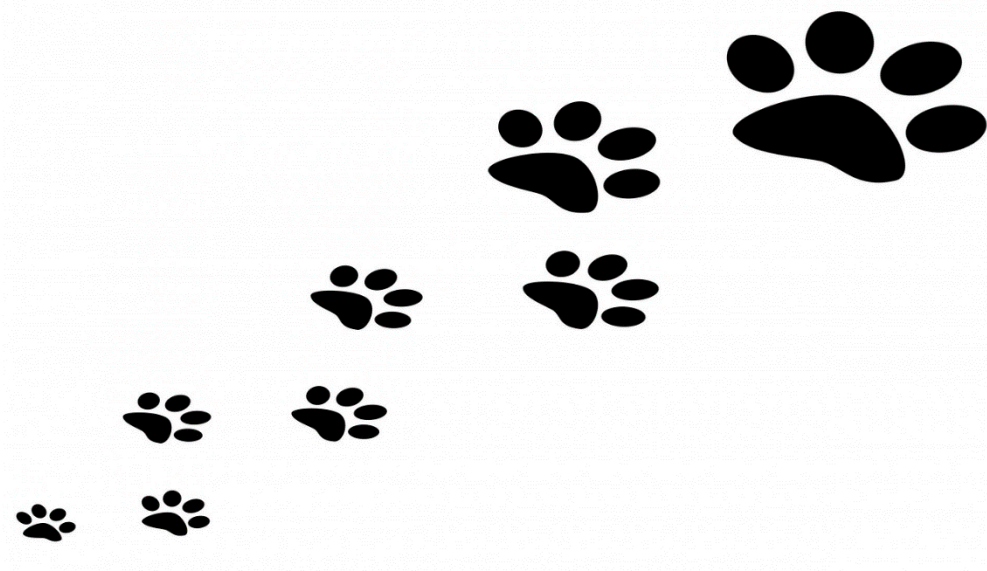
EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



GPS tracker – návod

Postup práce s funkcí Stopař:

- Funkce Stopař zaznamenává trasu během aktivity, měří rychlost, vzdálenost, převýšení atd.
- Otevřete v mobilu aplikaci Mapy.cz (volně dostupná bezplatná aplikace).
- V levém horním rohu ťukněte na zelené tlačítko se stopami.
- Následně se zobrazí zelená obrazovka informující o spuštění Stopaře.
- Klidněte na START, čímž začnete svoji trasu zaznamenávat.
- V horní části displeje se objeví zelený pruh, který poskytuje informace o zaznamenávané trase.
- V zeleném pruhu lze zaznamenávání pozastavit nebo ukončit.
- Výslednou trasu lze uložit pomocí printscreenu obrazovky, nebo uložit do svého účtu (nutnost registrace).



<i>Příloha</i>	4.16 Instrukce k tvorbě spotu
<i>Tematický blok</i>	2.6 Tvorba reklamního spotu a závěrečné prezentace v angličtině
<i>Téma</i>	2.6.1 Zdravý životní styl, Tvorba reklamního spotu a ústní prezentace v anglickém jazyce



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Instrukce k tvorbě reklamního spotu a prezentace

Váš závěrečný úkol je vytvořit reklamní spot, ve kterém představíte jednu z vyzkoušených aktivit a jehož cílem bude nalákat co nejvíce lidí, aby si tuto aktivitu také vyzkoušeli.

Kritéria reklamního spotu:

Vyberte si jednu ze tří vyzkoušených aktivit a vytvořte na ni reklamní spot. Spot bude obsahovat:

- Představení aktivity na využití mobilního telefonu – jméno aktivity a stručný popis této aktivity, jak probíhá – odpověď natočte na video nebo vložte do spotu jako text
- Jak může tato aktivita pomoci zlepšit životní styl, čím je pro nás přínosná, obohacující? – odpověď natočte na video nebo vložte do spotu jako text
- 1-3 videa, která jste natočili během vaší realizace
- 5-10 fotografií, které jste pořídili během vaší realizace
- 3 dovednosti: uveďte, které dovednosti jste si nejvíce osvojili při této aktivitě (práce v týmu, diskutování, vyjednávání, fotografování, prezentační dovednosti, komunikace v angličtině, orientace v mapě apod.)

• největší zážitek: sdílejte jednu aktivitu, kterou jste si nejvíce užili, a vysvětlete proč
Fotografie i videa pečlivě vyberte na mobilních zařízeních a upravte předem dle potřeby a vložte je přímo do stříhacího programu. Celý spot můžete podmalovat hudbou. Spot by neměl být delší než 2 minuty.

Kritéria ústní prezentace:

Připravte se na ústní prezentaci, která by měla trvat přibližně 10 minut a která bude odpovídat na otázky ohledně zdravého životního stylu. Rozhodněte se, kdo bude prezentovat kterou část. Nezapomeňte na interakci s publikem a připomeňte si také kritéria hodnocení prezentace.

<i>Příloha</i>	4.16 Instrukce k tvorbě spotu
<i>Tematický blok</i>	2.6 Tvorba výstupů a závěrečné prezentace
<i>Téma</i>	2.6.1 Tvorba prezentace



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Kritéria hodnocení:

1. Obsažené informace – tato kategorie poukazuje na zadání prezentace (zda prezentace a spot obsahují všechny nadefinované náležitosti);
2. Přehlednost, čitelnost – toto kritérium cílí na grafické zpracování spotu, zejména s ohledem na velikost a font písma, barevné kontrasty (písmo versus barva pozadí na snímcích). Text by měl být čitelný ze všech částí místnosti tak, aby spot mohl bez potíží sledovat každý člen publika.
3. Fotografie a videa – fotografie by měly být do spotu vloženy v dostatečně velkém rozlišení, aby nebyly rozmazané. Fotografie a videa by měly obsahově doplňovat text.
4. Ústní prezentace – toto kritérium míří na prvky prezentačních dovedností jako je hlasitost projevu, srozumitelnost, poutavost výkladu, schopnost mluvit spatra (nečíst vše z prezentace či z papírů). Poznámky v ruce jsou v pořádku, ale měly by sloužit pouze k občasnému nahlédnutí.
5. Interakce s publikem – prezentující udržují s publikem oční kontakt, dávají prostor pro dotazy, adekvátně reagují.
6. Celkový dojem – poslední kritérium představuje shrnutí prezentace, zhodnocení po obsahové i vizuální stránce.



VSTUPNÍ DOTAZNÍK

S mobilem aktivně 2

Na začátek tě poprosíme o vyplnění krátkého dotazníku. Nejedná se o školní test, který by hodnotil tvé znalosti a z kterého bys dostal/a známku. Žádná odpověď tu není ani dobrá ani špatná. Cílem dotazníku je zjistit, jaké jsou tvoje zkušenosti a názory.

1) Dokázal bys vyjmenovat rizika častého používání mobilního telefonu?

- ano
- ne

2) Dokázal bys vysvětlit, jak funguje GPS?

- ano
- ne

3) Dokázal bys využít mobilní telefon při pohybu v přírodě?

- ano
- ne

4) Pracoval jsi někdy ve skupině?

- ano
- ne

5) Dokázal bys zhodnotit své dovednosti?

- ano
- ne

6) Zkoušel jsi již někdy popsat a zhodnotit práci skupiny, které jsi byl členem?

- ano
- ne

7) Zkoušel jsi někdy zhodnotit práci někoho jiného podle daných kritérií?

- ano
- ne



VÝSTUPNÍ DOTAZNÍK

S mobilem aktivně 2

Nyní tě poprosíme o vyplnění závěrečného dotazníku. Jedná se o stejný dotazník, který jsi vyplňoval/a před začátkem programu. Cílem dotazníku je zjistit, jestli ti program přinesl něco nového, jestli tě bavil a jestli ses něco nového naučil/a. Opět se nejedná o test, takže tě nikdo známkovat nebude.

Nakonec můžeš porovnat své odpovědi s dotazníkem na začátku a zjistit, kde ses nejvíce posunul/a.

- 1) Dokázal bys popsat výhody a nevýhody používání mobilního telefonu?**
 - ano
 - ne

- 2) Dokázal bys vysvětlit, jak funguje GPS?**
 - ano
 - ne

- 3) Podařilo se vám v praxi vyzkoušet aktivity geocaching, figurerunning, plogging? Dokázal bys popsat, jak tato aktivita probíhá?**
 - ano
 - ne

- 4) Dařila se vám práce ve skupině?**
 - ano
 - ne

- 5) Dařilo se vám zhodnotit své dovednosti a pokroky v práci?**
 - ano
 - ne

- 6) Dařilo se vám ve skupině hodnotit svou práci a hledat řešení, jak její práci zlepšit?**
 - ano
 - ne

- 7) Dařilo se vám zhodnotit práci ostatních podle daných kritérií?**
 - ano
 - ne

- 8) Podařilo se vám komunikovat v angličtině s partnerskou školou na TwinSpace?**
 - ano
 - ne