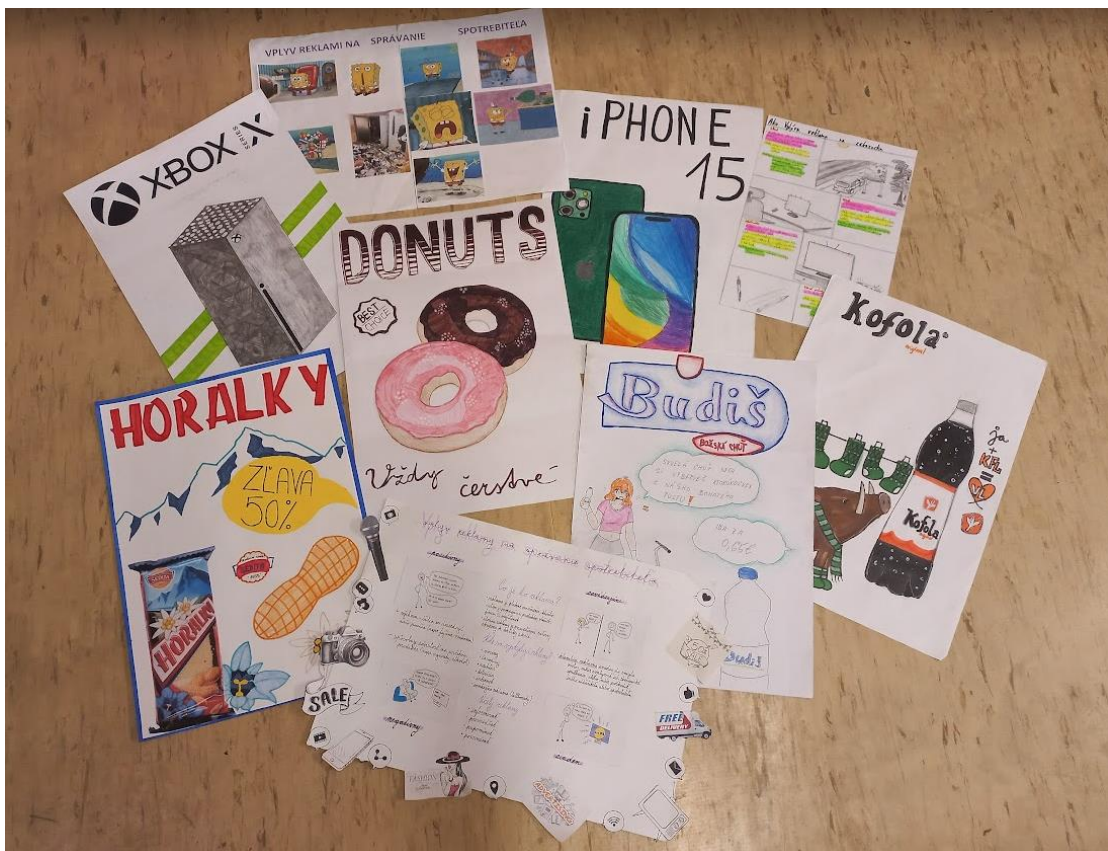
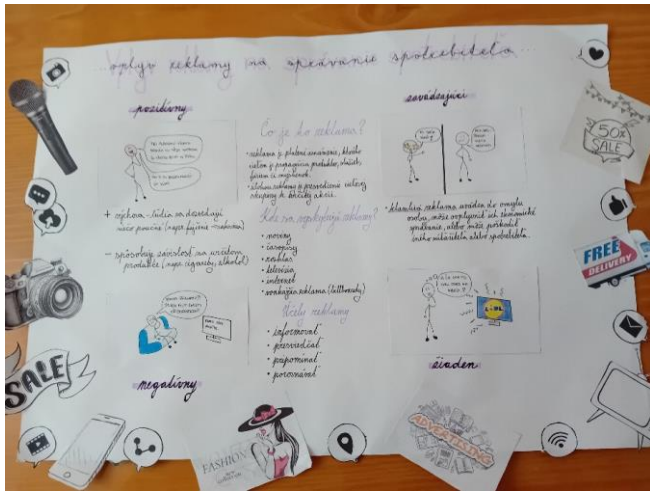


## Global Money Week

V dňoch 18. 3. – 22.3. 2024 sa konal na celom svete tzv. Global Money Week. Je to týždeň, ktorý má pripomenúť dôležitosť finančného vzdelávania v každom veku. Sme radi, že do toho týždňa sa zapojili aj naši gymlet'áci spolu so svojimi učiteľmi. Pre tento rok sme si vybrali tému Vplyv reklamy na spotrebiteľa. Spoločne sme sa zamýšľali na tým, ako nás reklama pozitívne, ale i negatívne ovplyvňuje. Sme osemročné gymnázium, ktoré navštevujú žiaci od 12 až do 19 rokov, s reklamou sa stretávame v každom veku, či už v bežnom živote, ale mladí ľudia najmä v online priestore.

Do toho týždňa sme sa snažili zapojiť takmer všetkých žiakov školy. Mladší žiaci na hodine výtvarnej výchovy kreslili a tvorili plagáty na spomínanú tému. Na hodinách informatiky sa študenti pohrali s grafikou na počítači a vznikli plagáty na celotýždňovú tému. Ani naši starší žiaci nezostali v ústraní a urobili množstvo nápaditých videí (niektoré z nich si môžete pozrieť na našom youtube kanáli). Súčasťou videí boli ankety, v ktorých sa pýtali pedagógov, kamarátov, spolužiakov na ich názory na reklamu, ako a či ich v živote ovplyvňuje... Iní sa zahrli na influencerov. Každý túto tému spracoval podľa svojich predstáv. Opäť sa ukázalo, že máme šikovných, tvorivých a nápaditých študentov.





## Vplyv reklamy na kupujúcich

### 1. Negatívny:

Reklama presvedčí kupujúceho na kúpu nepotrebného produktu, nemá z neho úžitok a je v hlbokej depresii



### 2. Pozitívny:

Reklama presvedčí kupujúceho na kúpu užitočného produktu, má z neho úžitok a je spokojný



### 3. Závädzajúci:

Reklama presvedčí kupujúceho na kúpu produktu, z produktu je kvôli nízkej kvalite alebo klamlivosti reklamy nespokojný



### 4. Nevlývajúci:

Kupujúci si buď reklamu nevšimne, nemá peniaze, alebo ju má na háku.

