**Karty pracy**

**Lekcja 1**

**Temat:** Gdy potrzeby mamy, to… zarabiamy.

Imię : Nazwisko :

**Zadanie 1**

Poniższe obrazki przedstawiają osoby, które zarabiają w bardzo nietypowy sposób. Na podstawie zdjęcia:

****

3

2

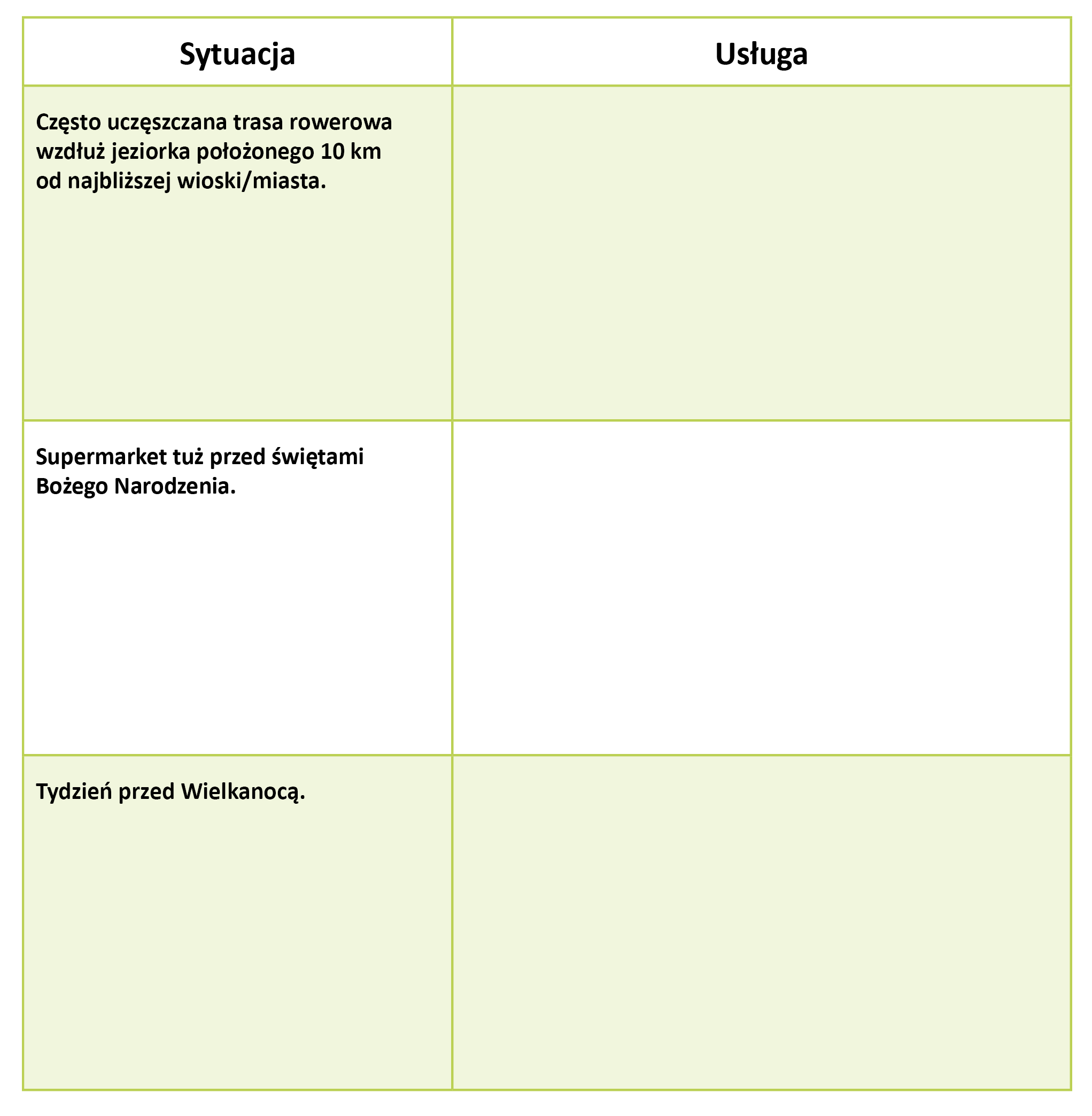
1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Odgadnij, na czym polega ich praca** | **Wymyśl nazwę wykonywanego przez nich zawodu** | **Określ, jakie talenty/umiejętności/cechy charakteru trzeba posiadać,  by taki zawód wykonywać** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |

Imię : Nazwisko :

**Zadanie 2**

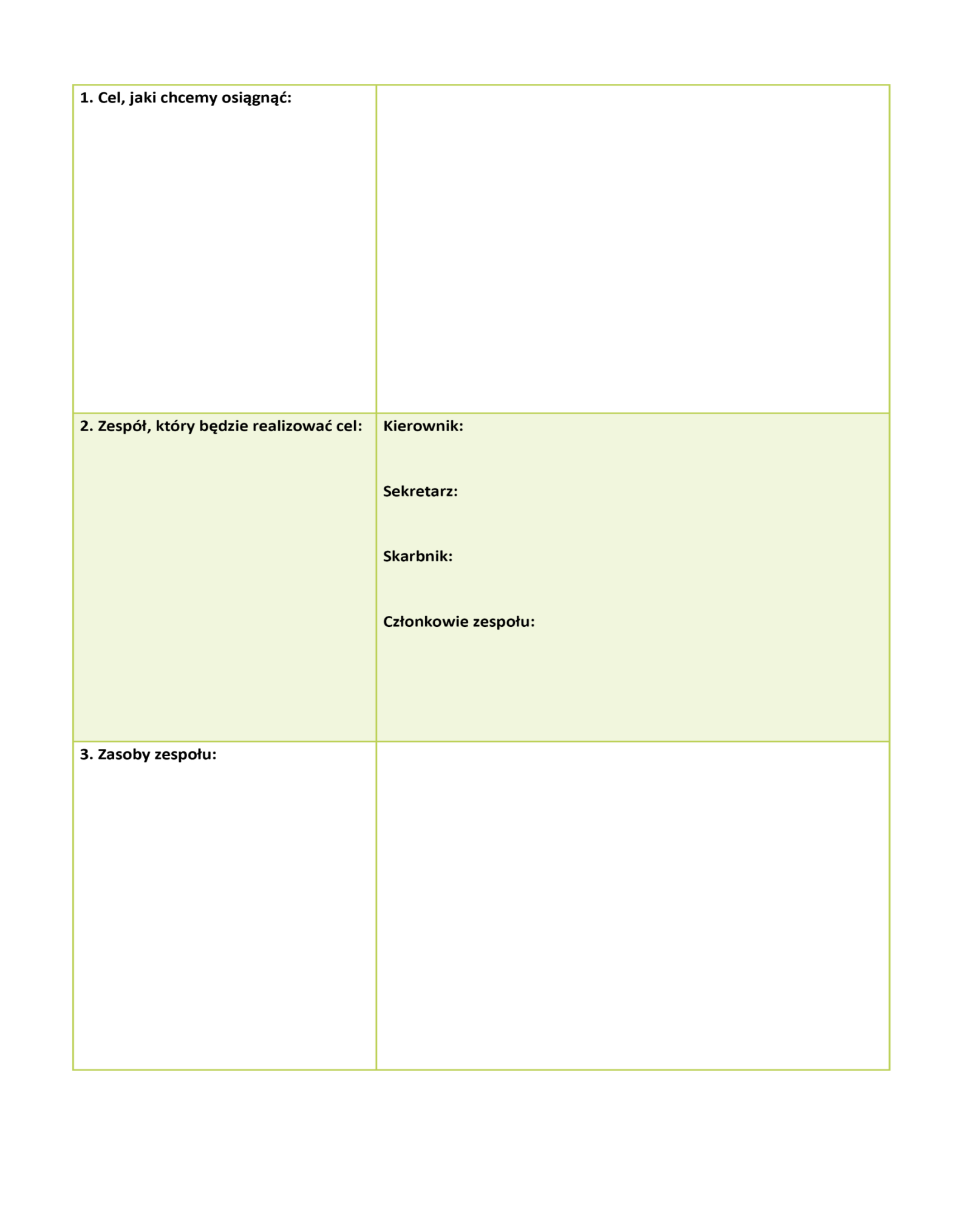
Ustal, na jakiego typu usługi może być popyt w następujących sytuacjach i miejscach:

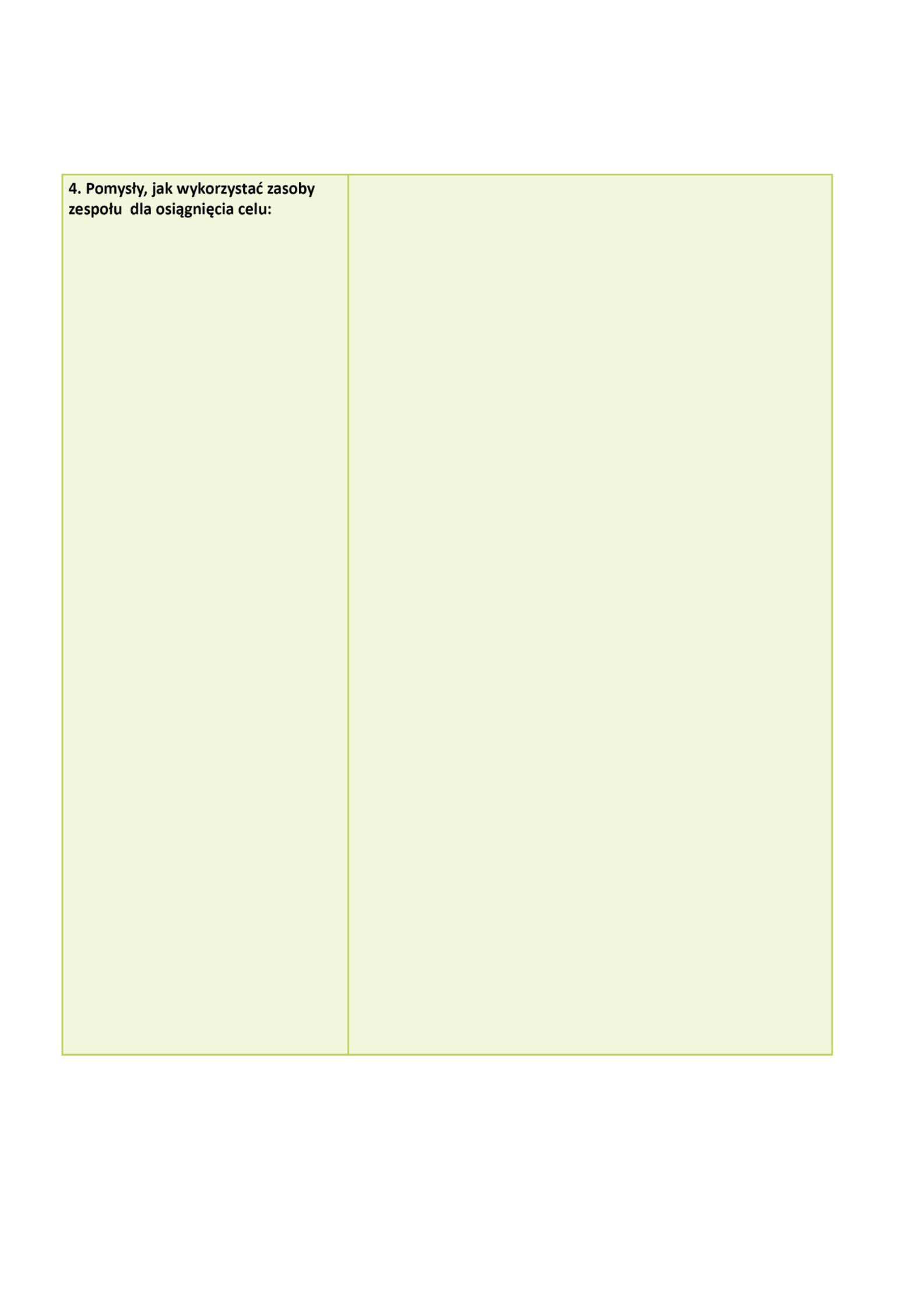
****

**Lekcja 2**

**Temat:** Gdzie wspólne cele i głów wiele – tam dobrze się dzieje.

Imię : Nazwisko :

**Zadanie 1**



**Lekcja 4 cz. I**

**Temat:** Od pomysłu i talentu do praktycznej realizacji – etapy kampanii reklamowej.

Warszawa, 1 września 2016 r.

**INFORMACJA PRASOWA**

**IV Edycja Programu TalentowiSKO**



**Warszawa, 1 września 2016 r.** – Banki Spółdzielcze z Grupy BPS rozpoczynają Czwartą Edycję Programu TalentowiSKO – nowej odsłony Szkolnych Kas Oszczędności prowadzonych w Bankach Spółdzielczych od pokoleń.

Program TalentowiSKO zorientowany jest na rozwijanie przedsiębiorczych postaw i kreowanie umiejętności radzenia sobie w życiu. W tym celu opracowane zostały **scenariusze lekcji**, dzięki którym młodzi ludzie mają możliwość uświadomienia sobie faktu, że mają wpływ na swoje życie. Wiedzie do tego ścieżka aktywności i rozwijania swoich pasji, nie zaś czekanie na przysłowiową „mannę z nieba”. Bo przyszłość należy do osób przedsiębiorczych, świadomych procesów zachodzących w świecie, odpowiedzialnych za powierzone zadania. Program „TalentowiSKO” rozwija takie właśnie postawy, a scenariusze lekcji, opracowywane w kolejnych latach jego trwania, konsekwentnie ten proces wspierają.

Podczas tegorocznych zajęć uczniowie pierwszych klas **szkoły podstawowej** zapoznają się z historią pieniądza oraz rozpoznają i charakteryzują waluty obowiązujące w różnych krajach europejskich. Poznają także najstarsze i najnowsze pieniądze, w tym – waluty wirtualne.

Uczniowie nieco starsi opisują i definiują pojęcie marki. Cechy dobrej marki odnoszą do produktów, usług, ubezpieczeń, banków, a także do człowieka. Poznają portrety młodych menedżerów i ich drogę do sukcesu.

**Młodzież gimnazjalna** na tegorocznych zajęciach Programu „TalentowiSKO” przygląda się indywidualnym postawom ludzi przejawianym względem pieniądza i uczy się rozumieć swoje emocje oraz zachowania w czasie inscenizowanych rozmów negocjacyjnych dotyczących konkretnych, życiowych sytuacji. Uczniowie poznają także potencjalne źródła finansowania przedmiotu swoich pragnień, w tym cechy dobrego kredytu. Podczas zajęć dowiadują się, że oprócz zaspokajania własnych interesów, warto uświadamiać sobie, jakie potrzeby ma druga strona.

**Młodzież ponadgimnazjalna** rozszerza swoją wiedzę dotyczącą kredytu: jakimi charakteryzuje się cechami, z jakimi kwestiami się wiąże, do czego zobowiązuje. Uczniowie poznają także mechanizmy dochodzenia do bogactwa. Wymyślają pomysły zarobkowe, różne sposoby na pozyskiwanie pieniędzy, kalkulują potrzebne do ich realizacji kwoty. Ćwiczą wypełnianie formularza kredytowego obowiązującego w banku spółdzielczym. Ostatecznie młodzi uświadamiają sobie, że - paradoksalnie – bywa, że bieda motywuje do działania i z niej właśnie może zrodzić się zamożność.

Dla uczniów wszystkich poziomów szkół **30 września br. wystartują konkursy** rozwijające wiedzę o oszczędzaniu, w których przewidziano atrakcyjne nagrody.

Baza materiałów dla szkół dostępna jest na stronie [www.talentowisko.pl](http://www.talentowisko.pl). Platforma udostępnia także inspirujące ciekawostki dla dzieci i młodzieży, moduł do prowadzenia szkolnego bloga oraz służy komunikowaniu się uczestników Programu.

Banki Spółdzielcze z Grupy BPS wspierają i aktywnie uczestniczą w życiu swoich lokalnych społeczności. Prowadzone przez nie Szkolne Kasy Oszczędności uczą przedsiębiorczości, oszczędzania i zarządzania swoimi pieniędzmi ok. 40 000 dzieci w całym kraju. Program TalentowiSKO jest dodatkowo szansą dla szkół do rozszerzenia oferty edukacyjnej, szczególnie w rejonach, gdzie dostęp do zajęć pozalekcyjnych jest ograniczony. Uczniom zaś daje możliwość lepszego przygotowania się do testów, egzaminów, konkursów i olimpiad. Zadania proponowane w nowej edycji Programu TalentowiSKO są zgodne z Podstawą Programową Kształcenia Ogólnego   
i wspierają ministerialny program nauczania w zakresie nabywania praktycznych umiejętności, gdyż wyrastają z rzeczywistości, w której obraca się każde dziecko i każdy młody człowiek.

Szkoły zainteresowane przystąpieniem do Programu, zapraszamy do kontaktu z lokalnym Bankiem Spółdzielczym, biorącym udział w Programie. Wśród atrakcji dla dzieci jest m.in. wizyta w banku   
w swojej okolicy i zobaczenia jak działa instytucja finansowa, co to jest skarbiec i czym różni się prawdziwy banknot od fałszywego.

\*\*\*

**Grupa Banku Polskiej Spółdzielczości S.A.** to największe zrzeszenie Banków Spółdzielczych w Polsce. Tworzy je 357 Banków Spółdzielczych, to jest 64% wszystkich Banków Spółdzielczych działających w kraju. Banki Spółdzielcze Grupy BPS posiadają prawie 3 tys. placówek i blisko 4 tys. bankomatów, co daje Grupie pozycję czołowej instytucji finansowej w Polsce. Banki Spółdzielcze obsługują klientów indywidualnych, mają też bliskie relacje z mikro, małymi i średnimi przedsiębiorstwami. Grupa BPS oferuje usługi finansowe w zakresie obsługi maklerskiej, faktoringu, leasingu, funduszy inwestycyjnych czy zarządzania wierzytelnościami. Więcej na [www.bankbps.pl](http://www.bankbps.pl)

-----------------------------------------------------------------------

**Dodatkowych informacji udziela:**

Agnieszka Chrobot-Barbrich, Zespół Komunikacji Banku BPS S.A.

kom. 721 001 235, [agnieszka.chrobot-barbrich@bankbps.pl](mailto:agnieszka.chrobot-barbrich@bankbps.pl)



**Znajdź nas na Facebooku!**

**facebook.com/TalentowiSKO**



Imię : Nazwisko :

**Zadanie 1**

Odpowiedź na pytania zawarte w tabeli. Odpowiedzi odnieś do swojej szkoły. Postaraj się wskazać po kilka możliwości w odniesieniu do każdego pytania.

**Szkolna analiza SWOT:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mocne strony**  **STRENGHTS** | | **Słabe strony**  **WEAKNESSES** | |
| Co sprzyja rozwojowi szkoły? |  | Co wpływa na słabość szkoły? |  |
| Co wyróżnia ją w środowisku? |  | Co negatywnie wyróżnia ją w środowisku? |  |
| Co wyróżnia ją wśród innych szkół? |  | Dlaczego nie wszyscy absolwenci podstawówek ja wybierają? |  |
| Dlaczego lubimy tu przychodzić? |  | Czego najbardziej w szkole nie lubimy? |  |
| **Szanse**  **OPPORTUNITIES** | | **Zagrożenia**  **THREATS** | |
| Co mogłoby poprawić obraz szkoły? |  | Co mogłoby zagrozić pozycji i funkcjonowaniu szkoły? |  |
| Jakie płaszczyzny działań należy rozwijać? |  | Jakie płaszczyzny jej funkcjonowania są szczególnie niebezpieczne? |  |
| Jak można by to zrobić? |  | Jak można byłoby to zmienić? |  |
| W kim szukać sprzymierzeńców? |  | W kim szukać sprzymierzeńców? |  |

Imię : Nazwisko :

**Zadanie 2**

Dopisz do pierwszych etapów kampanii po trzy konkretne czynności (zadania) lub propozycje rozwiązania problemu.

**Etapy kampanii reklamowej:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Wyznaczanie celu promocji |  |  |  |
| Wybór środków i metod, dzięki którym będziemy mogli docierać do odbiorców, czyli kanału promocyjnego |  |  |  |
| Wybór grupy odbiorców docelowych |  |  |  |
| Zaprojektowanie plakatów, folderów, ulotek, itp. |  |  |  |
| Określenie budżetu |  |  |  |
| Monitoring efektów promocji |  |  |  |

**Lekcja 4 cz. II**

**Temat:** Od pomysłu i talentu do praktycznej realizacji – etapy kampanii reklamowej.

Imię : Nazwisko :

**Zadanie 1**

Dopisz do wyrazów składających się na słowo AIDA inne polskie odpowiedniki słów angielskich lub polskie frazeologizmy związane z podanymi w tłumaczeniu pojęciami. Staraj się wymyśleć jak najbardziej orginalne.

**A** (attention – uwaga)

**I** (interest – zainteresowanie)

**D** (desire – pożądanie)

**A** (action – działanie)

Moje hasło reklamowe (slogan), ważne wyrazy

Imię : Nazwisko :

**Zadanie 2**

Wybrane zadanie do Kampanii Reklamowej Gimnazjum

Hasło kampanii

Organizowanej w roku szkolnym

Klasa Grupa

Koordynator prac grupy

Nazwa wybranego zadanie

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Części składowe zadania (poszczególne działania) | Termin realizacji poszczególnych składowych zadania | Terminy spotkań zespołu i zakończenia poszczególnych etapów pracy | Osoba odpowiedzialna za realizację poszczególnych elementów | Ile to będzie kosztowało |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Jakiej wiedzy i umiejętności potrzebujemy?

Gdzie uda nam się je zdobyć?

Co trzeba w związku z tym zorganizować?

Podsumowanie działań

**Lekcja 5**

**Temat:** Udane zakupy, czyli jak podejmować dobre decyzje?

Imię : Nazwisko :

**Zadanie 1**

Zaznacz na osi od 1 do 10 swoje potrzeby, a potem uporządkuj   
od najmocniejszej do najsłabszej, gdzie 1 oznacza najmocniejszą potrzebę a 10 oznacza najsłabszą

1. **Chcę być zauważony/zauważona….**

****

1. **Chcę być niezależny/niezależna czasowo…**

****

1. **Chcę, by rzeczy były funkcjonalne…**

****

1. **Lubię luksus…**

****

1. **Lubię ludzi i chętnie z nimi przebywam…**

****

1. **Jestem estetą/estetką, otaczam się pięknymi przedmiotami…**

****

1. **Czerpię przyjemność z obcowania z pięknem sztuki…**

****

1. **Lubię, kiedy inni mi zazdroszczą, podziwiają mnie …**

****

1. **Cenię sobie spokój i ciszę…**

****

1. **Lubię, kiedy się coś dzieje…**



**Hierarchizacja potrzeb:**

1)………………………………………… 6)……………………………………………………

2)………………………………………… 7)……………………………………………………

3)………………………………………… 8)……………………………………………………

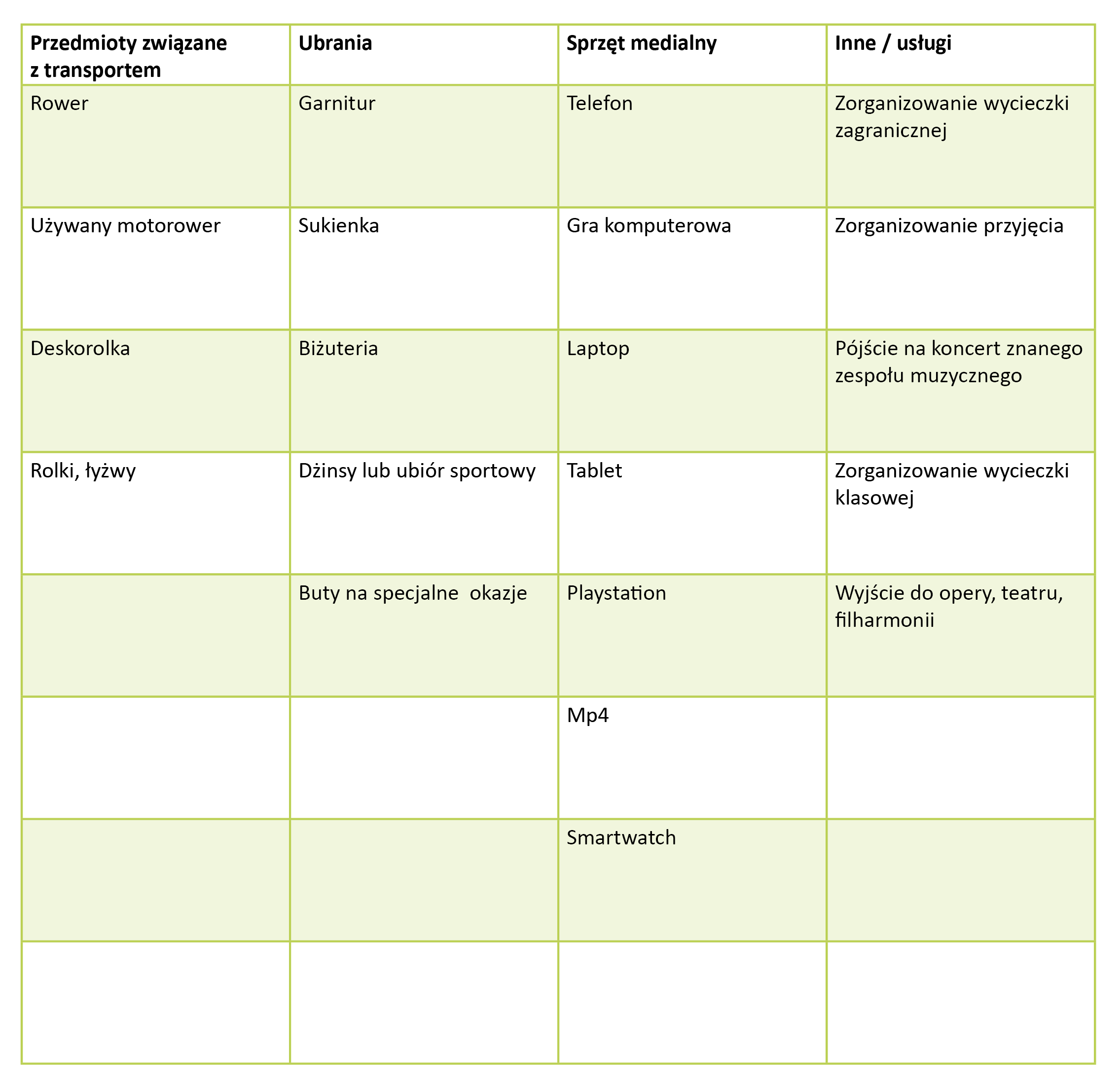
4)………………………………………… 9)……………………………………………………

5)………………………………………… 10)……………………………………………………

Imię : Nazwisko :

**Zadanie 2**

Zastanów się, o czym marzysz, co chciałbyś mieć. Może to być przedmiot albo usługa. Niech pomogą Ci w tym wyborze podane niżej propozycje. Możesz wybrać jakąś spośród nich albo dopisać swoją.

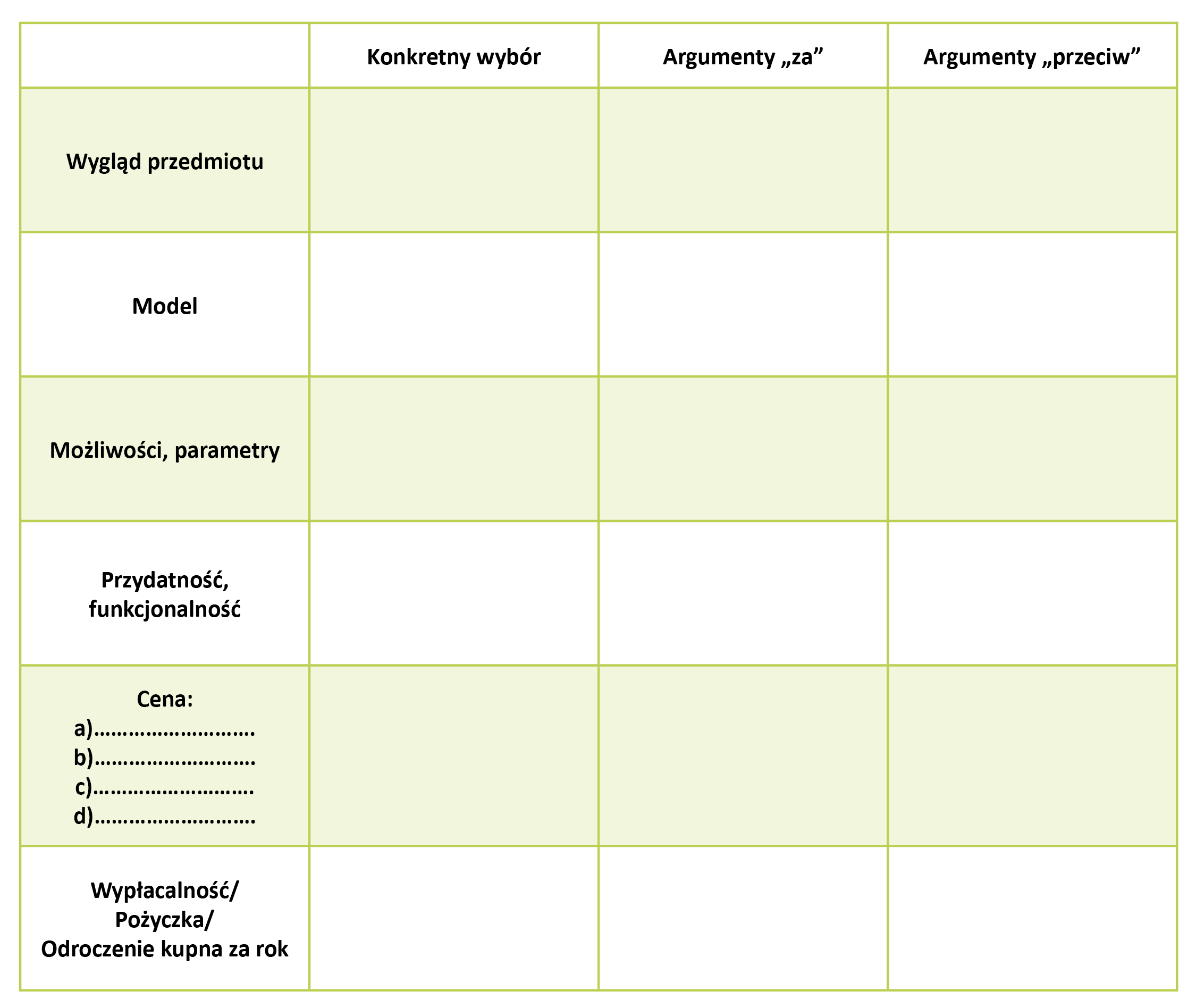


Imię : Nazwisko :

**Zadanie 3**

Dla opcji:

1. Przedmioty związane z transportem
2. Sprzęt medialny
3. Ubiór

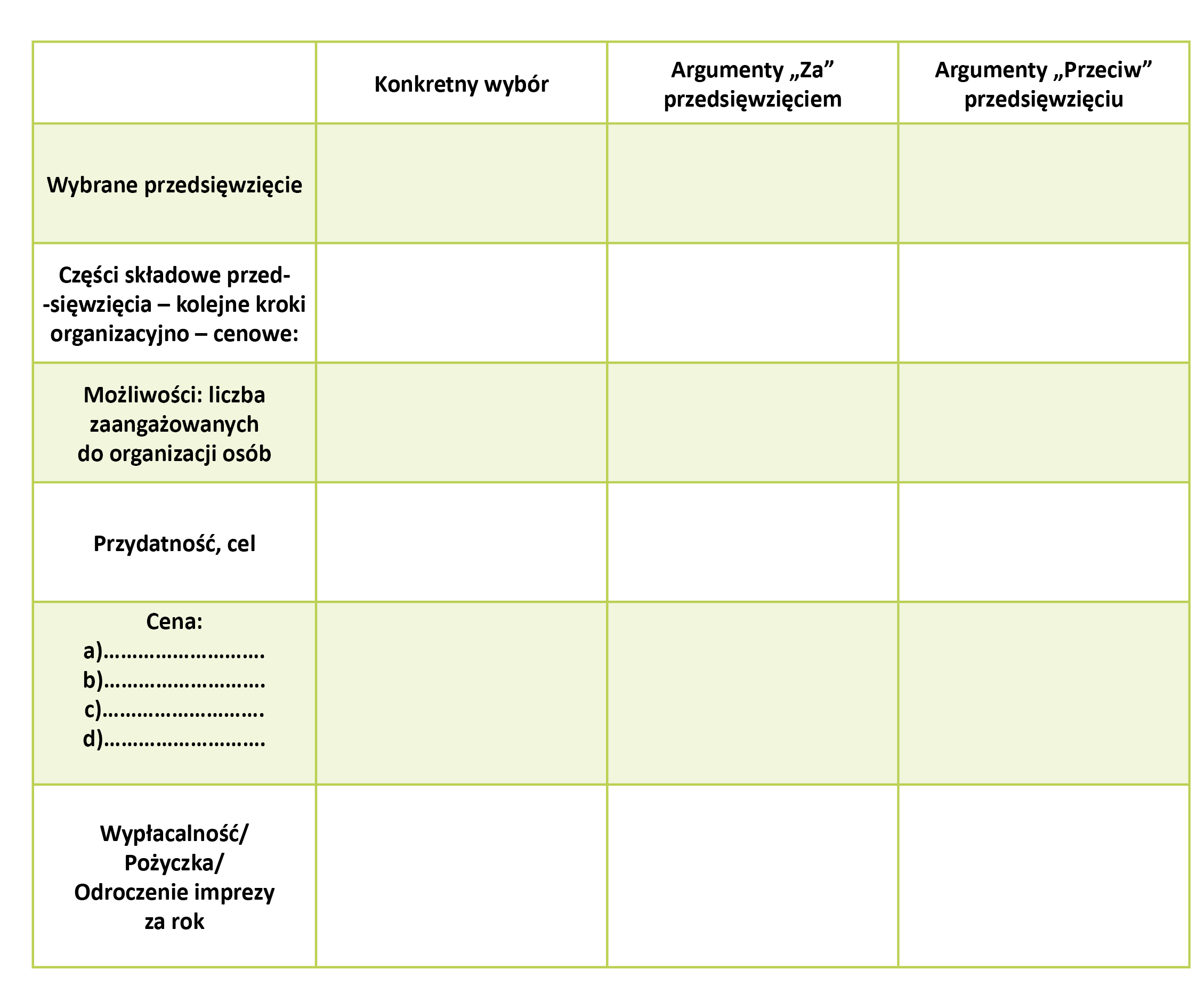
****

Imię : Nazwisko :

**Zadanie 3 A**

Dla opcji:

1. Inne/ usługi
2. Wydarzenie turystyczno – kulturalne
3. Impreza towarzyska



**Lekcja 6**

**Temat:** Dyskusja o pożyczonych pieniądzach i naszych emocjach w sprawach finansowych, czyli jak prowadzić skuteczne rozmowy o pieniądzach.

**Zadanie 1**

SCENKA dla GRUPY 1

**Pasek z zadaniem dla OSOBY A**

Jesteś doradcą w banku. Przed Tobą Klient, który przyszedł do Banku po kredyt. Wiesz z jego danych w komputerze bankowym, że zalega ze spłatą kredytu konsumpcyjnego. Musisz grzecznie poprosić o spłatę, żeby móc udzielić mu kolejnego. Jak to robisz? Pamiętaj, Twoim celem jest zawodowym zadbanie o Klienta.

**Pasek z zadaniem dla OSOBY B**

Przychodzisz do banku po kredyt, chcesz kupić dziecku komputer. Jednak współmałżonek/ ka nie powiedział/a Ci, że nie mógł spłacić rat już wziętego kredytu. Co robisz? Twoim celem jest uzyskać pieniądze. Poszukaj możliwości spłaty. Na jakie rozwiązanie się umówisz?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY C**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY A – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Jak Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY D**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY B – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Ja Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY E**

Obserwuj całą scenką z odległości – nie musisz słyszeć słów, patrz tylko na mowę ciała OSOBY A, B, C, D. U kogo jest większa energia, ekspresja, a u kogo mniejsze natężenie emocji w komunikacji? Czy osoby C i D są zaangażowane, czy udziela im się atmosfera rozmowy osób, które obserwują?

SCENKA dla GRUPY 2

**Pasek z zadaniem dla OSOBY A**

Nie możesz oddać pieniędzy koledze/koleżance, bo zgubiłeś te, przeznaczone na oddanie. Nie wiesz, jak to jej powiedzieć, unikasz kontaktu. W końcu dochodzi do rozmowy nie z Twojej inicjatywy. Jak się zachowasz?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY B**

Twój kumpel/a pożyczył od Ciebie 200 zł. Na leki dla chorej osoby w rodzinie, jak powiedział. Na drugi dzień przyszedł w nowych butach, a pieniędzy w umówionym terminie nie zwrócił. Zależy Ci na przyjaźni, ale podejrzenia masz jednoznaczne – pieniądze poszły na nowe buty

**Pasek z zadaniem dla OSOBY C**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY A – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Jak Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY D**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY B – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Ja Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY E**

Obserwuj całą scenką z odległości – nie musisz słyszeć słów, patrz tylko na mowę ciała OSOBY A, B, C, D. U kogo jest większa energia, ekspresja, a u kogo mniejsze natężenie emocji w komunikacji? Czy osoby C i D są zaangażowane, czy udziela im się atmosfera rozmowy osób, które obserwują?

SCENKA dla GRUPY 3

**Pasek z zadaniem dla OSOBY A**

Jesteś doświadczonym biznesmenem/ bizneswoman. Masz dostęp do młodych osób, które mają ciekawe pomysły. Przesłuchujesz drugiego rozmówcę. Zależy CI na dobrze zainwestowanych pieniądzach. Jak sprawdzisz, czy ten pomysł ma sens?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY B**

Jesteś młodym przedsiębiorcą. Trafiłeś dzięki kontaktom Twojej rodziny do inwestora, który jest gotów zainwestować pieniądze w Twoje przedsięwzięcie, ale wiesz, że kolega z podwórka też do niego wystartował. Twoim celem jest zdobyć pieniądze. Jak o nie zawalczysz?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY C**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY A – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Jak Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY D**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY B – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Ja Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY E**

Obserwuj całą scenką z odległości – nie musisz słyszeć słów, patrz tylko na mowę ciała OSOBY A, B, C, D. U kogo jest większa energia, ekspresja, a u kogo mniejsze natężenie emocji w komunikacji? Czy osoby C i D są zaangażowane, czy udziela im się atmosfera rozmowy osób, które obserwują?

SCENKA dla GRUPY 4

**Pasek z zadaniem dla OSOBY A**

Jesteś leasingodawcą. Nowy Klient chce indywidualnych warunków. Wiesz, że brakuje Ci Klientów do zamknięcia miesiąca z dobrym wynikiem i uzyskania premii. Szef, mogący zmienić warunki, jest na urlopie. Masz mało czasu, bo jeszcze dzisiaj musisz wyjść wcześnie z pracy, by pójść do lekarza. Jak dobijesz targu z Klientem?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY B**

Przychodzisz po leasing na wymarzony samochód. Lesingodawca chce ustalić z Tobą wysokość rat. Tobie zależy na jak najniższych i rozłożonych w czasie. Jemu na standardowych rozwiązaniach oferowanych wszystkim, nie ugnie się dla Ciebie. Negocjuj tak, żeby dobić targu.

**Pasek z zadaniem dla OSOBY C**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY A – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Jak Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY D**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY B – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Ja Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY E**

Obserwuj całą scenką z odległości – nie musisz słyszeć słów, patrz tylko na mowę ciała OSOBY A, B, C, D. U kogo jest większa energia, ekspresja, a u kogo mniejsze natężenie emocji w komunikacji? Czy osoby C i D są zaangażowane, czy udziela im się atmosfera rozmowy osób, które obserwują?

SCENKA dla GRUPY 5

**Pasek z zadaniem dla OSOBY A**

Chcesz oglądać mecze z udziałem swojej ulubionej drużyny piłkarskiej. Akurat zadzwonili do Ciebie i na pierwsze pół roku oferują Ci antenę satelitarną z potrzebnymi programami za 0 zł. Godzisz się na ofertę, przywożą Ci sprzęt i każą płacić złotówkę. Nie bierzesz anteny – dla zasady. Miało być za darmo.

**Pasek z zadaniem dla OSOBY B**

Jesteś pracownikiem firmy oferującej usługi multimedialne. Dostarczasz anteny satelitarne i dekodery. Przywiozłeś sprzęt i mówisz, że to kosztuje 1 zł. Klient nie chce go wziąć, bo miało być za darmo. Zrób wszystko, żeby jednak go przyjął.

**Pasek z zadaniem dla OSOBY C**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY A – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Jak Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY D**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY B – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Ja Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY E**

Obserwuj całą scenką z odległości – nie musisz słyszeć słów, patrz tylko na mowę ciała OSOBY A, B, C, D. U kogo jest większa energia, ekspresja, a u kogo mniejsze natężenie emocji w komunikacji? Czy osoby C i D są zaangażowane, czy udziela im się atmosfera rozmowy osób, które obserwują?

SCENKA dla GRUPY 6

**Pasek z zadaniem dla OSOBY A**

Jesteś klientem sklepu AGD. Masz ochotę kupić nowy odkurzacz, chociaż stary jeszcze dobrze działa. Sprzedawca oferuje Ci zakup na raty. Wahasz się, ale jednak nęci Cię ładny kolor i moc silnika, bo lepiej zbierzesz z dywanu sierść Twojego kudłatego psa. Nie masz pieniędzy i widoków na ich zarobienie.

**Pasek z zadaniem dla OSOBY B**

Jako sprzedawca sprzętu AGD jesteś gwiazdą. Nie ma człowieka, który odejdzie bez zakupu. Umiesz zachęcić do kupna. Niezdecydowanych nęcisz rozłożeniem płatności na raty. Trafia się mocno oporny klient. Jak tym razem zadziałasz?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY C**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY A – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Jak Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY D**

Obserwuj wnikliwie zachowanie OSOBY B – ile razy powtarza komunikat, jaką ma mowę ciała, czy się uśmiecha, kiedy przestaje się uśmiechać, kiedy zmienia strategie wypowiedzi, czy daje się wyprowadzić z równowagi, jakich używa argumentów, czy jest skuteczna? Ja Ty się czujesz słuchając tej rozmowy?

**Pasek z zadaniem dla OSOBY E**

Obserwuj całą scenką z odległości – nie musisz słyszeć słów, patrz tylko na mowę ciała OSOBY A, B, C, D. U kogo jest większa energia, ekspresja, a u kogo mniejsze natężenie emocji w komunikacji? Czy osoby C i D są zaangażowane, czy udziela im się atmosfera rozmowy osób, które obserwują?