



Field work



Spielberk Office Centre

Pracovní list

Jména:

.....

Ročník:	Tematický celek (Podle RVP a ŠVP)	Téma hodiny (Název by měl odpovídat hlavnímu cíli hodiny popř. jiné vyuč. jednotky) :
Cíle výuky (viz tabulka):		
Dílčí cíle (týkají se přímo tematického celku a toho, co bude žák umět po skončení hodiny):		
Dovednosti (uvedete ty, které si žáci během výuky osvojí nebo procvičí – pomůže opět tabulka):	Náměty pro terénní výuku: pokud je to učivo nebo jeho část vhodná pro praktická cvičení v terénu.	
Očekávané výstupy (stačí číslo OV, který téma hodiny procvičuje):		
Indikátory (který indikátor rozvíjí):		
Sylabus tématu/začlenění do širšího rámce Stručně začleníte téma hodiny do širšího rámce – na co navazuje, co bude následovat. V bodech provedete obsahem hodiny.	Mezipředmětové vazby: Na které předměty téma navazuje, které propojuje.	
Pomůcky: uvedete výčet všech pomůcek	Příprava učebny: místo realizace – učebna, specializovaná učebna, školní pozemek apod. Pokud učebnu připravujete, stačí nakreslit schéma rozestavení nábytku	
Individuální přístup: Týká se případné diferenciací obtížnosti učiva – výběr pro talentované či slabší žáky		
Scénář hodiny		
Činnost žáků Uvádí se stručně, jaká činnost po jednotlivá časová období přísluší žákovi	čas	Metody/ činnost učitele Uvádí se stručně, jaká činnost po jednotlivá časová období přísluší učiteli, jaké zvolil metody výuky.
Hodnocení aktivit žáků v hodině Podle celého charakteru hodiny a vytyčených cílů určíme předmět případného průběžného hodnocení žákových aktivit v hodině.		
Hodnocení výuky – sebereflexe učitele Zamyslíte se nad svou rolí ve vedení výuky. Zhodnotíte klady a nedostatky, které se při výuce vyskytly.		

A. Plán (topografický náčrt) - Spielberg Office

- 1. Vytvořte vlastní plán areálu, barevně rozlište budovy sloužící pro administrativu, komerční služby, případně bydlení a další činnosti. Do plánu si popište ulice, které areál vymezují a ohraničují.**

2. Změřte nebo vypočítejte rozlohu vodních ploch v areálu – popište způsob měření/odhadu.

Rozloha v m²:

Způsob měření/výpočtu:

.....

.....

.....

B. Významné budovy

1. Určete dvěma způsoby výšku tří nejvyšších budov – popište způsob měření/odhadu. Napište, jak se budovy nazývají (v případě neznalosti názvu si je pojmenujte, např. dle typického vizuálního prvku).



Název budovy:

Výška v m (1):

Výška v m (2):

Způsob měření:



Název budovy:

Výška v m (1):

Výška v m (2):

Způsob měření:



Název budovy:

Výška v m (1):

Výška v m (2):

Způsob měření:

Postup měření:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Zjistěte názvy aspoň 10 významných firem, které se nacházejí v areálu. Pokud je to možné zjistěte čím se zabývají a ve které budově sídlí.

Název firmy	Činnost	Budova

C. Funkce Spielberg Office

- 1. Spočítejte, kolik je v areálu parkovacích míst pro auta a pro kola. Jaká je cena parkování pro auta? Podle poznávacích značek určete, jaký je podíl aut z jiných krajů než z Jihomoravského.**

Parkovací místa pro auta:

Cena parkování za hodinu:

Počet zaparkovaných aut:

z toho se značkou „B“:

s toho s jinou značkou:

Parkovací místa pro kola:

- 2. Odhadněte, kolik osob v areálu pracuje. Jaká věková kategorie převažuje jako zaměstnanci v areálu? (15–40 nebo 41 a více let).**

Počet zaměstnanců:

Převaha mladých/starých, důvod:

.....

.....

- 3. Zjistěte, jaké typy MHD areál obsluhují, jaká je frekvence spojů v ranní špičce (6–9 hod.) a mimo dopravní špičku. Využijte jízdní řády na nejbližší viditelné zastávce.**

Typy MHD:

.....

Frekvence spojů ve špičce:

.....

Frekvence spojů mimo špičku:

.....

4. Prohlídku areálu shrňte v následujících bodech – jaké jsou klady a zápory areálu pro osoby, které se v nich dennodenně pohybují (pracují zde) nebo zajíždí na nákup, co byste navrhli změnit (max. 5)

Klady	Zápory
Návrhy na změnu	

D. Hornbach vs. Bauhaus

1. Odhadněte, jaká je rozloha nákupních ploch obou nákupních center?
2. Zvolte si výhodné, ale bezpečné místo, ze kterého můžete sledovat křižovatku mezi obchodními domy Hornbach a Bauhaus. Během 15 minut spočítejte (čárkovací metoda), kolik aut odbočí k Hornbachu a kolik k Bauhausu.
3. Přesuňte se přímo před obchodní centrum a spočítejte, kolik lidí navštíví obchod ve stanoveném časovém rozmezí (15 minut), jak se na místo dopravili (auto, MHD, pěšky, jinak). Podle poznávacích značek určete, jaký je podíl nakupujících z jiných krajů než z Jihomoravského. Jaká je demografická struktura návštěvníků z hlediska pohlaví a pohlaví.

Obchod	Hornbach		Bauhaus	
Rozloha v m ²				
Počet přijíždějících aut v době:				
Značky aut				
Počet nakupujících v době:	mladá žena	mladý muž	mladá žena	mladý muž
	stará žena	starý muž	stará žena	starý muž
	dítě		dítě	