



O čo ide?

Druhé kolo FREESTYLE je nadviazané na slogan medzinárodnej kampane Global Money Week 2026 „Hovorme spolu o peniazoch“, ktorej cieľom je motivovať mladú generáciu, aby začali hovoriť o peniazoch otvorene, pýtať sa a zdieľať svoje skúsenosti, čo im pomôže získať sebadôveru aj zručnosti potrebné na rozumné hospodárenie s peniazmi.



Čo je vašou úlohou 2. kola?

Vyberte si jedno z troch zadaní/tém a pripravte vzdelávaco-komunikačnú kampaň. Vaša kampaň by mala osloviť čo najviac ľudí a naučiť ich niečo nové o peniazoch alebo ich inšpirovať na správne finančné návyky. Čím viac ľudí oslovíte, zapojíte, vzdeláte, tým viac bodov získate.



Z ktorých zadaní/tém si môžete vybrať?

Témy nevznikli náhodne. Spoluautormi 2. kola sa stali súťažné tímy a vedúci, ktorí vyplnili dotazník a pomohli nám tak nájsť oblasti, ktoré mladých ľudí najviac trápia alebo im k nim chýbajú informácie. Pripravili sme 3 zadania/témy, z ktorých si môžete vybrať:

1. Mne sa to stať nemôže

Ukážte svetu, že podvody sa týkajú všetkých. Môžete poukázať na rôzne typy podvodov, ukázať, ktoré typy sú pre koho najnebezpečnejšie. Alebo sa zamerajte na moderné triky podvodníkov a ich hlavné črty. Tiež sa môžete venovať prevencii a ochrane pred podvodmi.

2. Ukladať euráče či radšej „páliť“ cash?

Existuje balans medzi prítomnosťou a budúcnosťou? Pozrite sa bližšie na to, ako sa dá aj šoriť, aj si užívať prítomnosť a aká je ideálna suma na sporenie. Vymyslite tipy, ako sa motivovať na sporenie alebo sa venujte téme rozpočtu a tomu, koľko peňazí by malo ísť na pôžičky a zábavu.

3. Dá sa zbohatnúť investovaním?

Čo je pravý zmysel investovania? Je to šprint za rýchlym bohatstvom alebo beh na dlhé trate? Venujte sa téme investovania, objavte rôzne formy a spôsoby ako investovať. Môžete sa pozrieť na rôzne investičné nástroje alebo sa venovať investičným cieľom, času, ktorý potrebujete na dosiahnutie týchto cieľov a plánovaniu.

Názov vašej kampane by nemal kopírovať názvy troch vybraných tém/zadaní. Vychádzajte z nich, ale vytvorte si vlastný originálny názov.



Ako môže vyzeráť vaša kampaň?

Vaša kampaň, vaše pravidlá! Rozbehnite svoju kreativitu naplno. Formu kampane aj to, kde všade ju budete zdieľať, si volíte sami. Na šírenie vybranej témy si môžete využiť napríklad:

Online formáty:

- o EduPage, sociálne siete školy, webškoly, vlastné sociálne siete ...
- o Videá, reels, stories, infografiky ...
- o Online kvízy alebo súťaže ...

Offline formáty:

- o Plagáty, letáky ...
- o Nástenky, informačné panely, školský rozhlas ...

Eventové aktivity:

- o školská beseda, workshop, prednáška, interaktívny stánok, tematický deň ...

Je len na vás, aká veľká kampaň bude, či pripravíte mix formátov alebo jednu výraznú akciu. Kombinujte formy podľa vlastnej kreativity.



Čo je povinným výstupom 2. kola?

1. Zrealizovanie aktivít kampane.
2. Vyplnenie záverečného formulára so zhodnotením kampane do 2. 2. 2026 (vrátane) vo vašom tímovom konte v časti pre 2. kolo FREESTYLE.



Aké povinné polia bude obsahovať záverečný formulár?

- 1. Názov komunikačnej kampane** – napíšte stručný názov, vystihujúci kampaň.
 - 2. Popis zrealizovanej kampane** – opíšte aktivity, spôsob realizácie a formy kampane, pre koho bola kampaň určená (žiaci, učitelia, rodičia a i.), čo nové sa dozvedeli, kde a ako ste kampaň propagovali.
 - 3. Čím bola vaša kampaň originálna/kreatívna?** - popíšte nápaditosť, netradičné prvky, spôsob zapojenia účastníkov alebo iné aspekty, ktoré robia vašu kampaň jedinečnou.
 - 4. Čo ste zapojených naučili?** - čo si odniesli zapojené osoby, čo sa naučili a ako môžu získané poznatky a skúsenosti využiť v reálnom živote.
 - 5. Počet priamo zúčastnených mladých/žiakov (NAŽIVO)** – napíšte počet mladých ľudí (žiaci z vašej či inej školy, komunity), ktorí sa zúčastnili na aktivitách vo vašej kampani.
 - 6. Počet priamo zúčastnených dospelých (NAŽIVO)** - napíšte počet ľudí (rodičia, učitelia, verejnosť), ktorí sa zúčastnili na aktivitách vo vašej kampani.
 - 7. Počet nepriamo zapojených účastníkov** - napíšte zásah vašej online alebo offline kampane (napr. online videá na internete, počet osôb, ktorým bol zaslaný email, leták, správa a podobne).
 - 8. Prílohy** – priložte krátke video do 60 sek., vyrobené materiály alebo fotografie (max. 5 príloh) z kampane alebo aktivít.
- Vaše prílohy budú slúžiť na približné preukázanie rozsahu a dosahu vašich aktivít (napr. koľko ľudí sa zapojilo, kde boli materiály viditeľné alebo ako prebiehali aktivity).